



SPAR HOLDING AG
NACHHALTIGKEITSBERICHT
2021



Inhalt

1. VORWORT DES VORSTANDS	4
2. DIE SPAR HOLDING AG	6
2.1. Entwicklungen im Geschäftsjahr 2021	7
2.2. Aktuelle Entwicklungen im Handel.....	8
2.2.1. Wirtschaftliche Risikobewertung der SPAR HOLDING AG.....	8
2.2.2. Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht	9
2.2.3. Der Beitrag von SPAR zu den Sustainable Development Goals	8
2.3. Nachhaltigkeit bei SPAR.....	13
2.3.1. Umfasste Unternehmen dieses Berichts	13
2.3.2. Stakeholder-Einbindung und wesentliche Themen	14
2.3.3. Übersicht der SPAR-Ziele	19
3. ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT	22
3.1. Wirtschaftliche Entwicklung und Marktposition.....	23
3.2. Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten	24
4. VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE	26
4.1. Regionaler Einkauf	27
4.1.1. Regionale Lebensmittel	28
4.1.2. Förderung von Innovationen und Unternehmergeist.....	31
4.2. SPAR-Produkte für bewusste Ernährung	33
4.2.1. SPAR-Initiative zur Zuckerreduktion in der Ernährung	34
4.2.2. Weniger Salz in SPAR-Marken	35
4.2.3. Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung.....	35
4.2.4. Vegetarische und vegane Ernährung.....	36
4.3. Kreislaufwirtschaft.....	37
4.3.1. Verpackungsreduktion.....	37
4.3.2. Umgang mit Lebensmitteln.....	42
4.4. Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette	44
4.4.1. Produktionsstandards in der Lieferkette.....	46
4.4.2. Supply Chain Standards im Sportfachhandel	47
4.4.3. Verantwortungsvolle Outdoor-Bekleidung bei Hervis.....	47
4.4.4. Lieferketten bei der Errichtung von Shopping-Centern	49
4.5. Biodiversität: Gemeinsam mit SPAR die Vielfalt retten	50
4.5.1. Förderung der Bienenpopulation.....	51
4.5.2. Alte Sorten erhalten.....	52
4.5.3. Palmöl-Verzicht bei SPAR-Marken	52
4.5.4. Verantwortungsvollster Fischhändler Österreichs.....	53
4.5.5. Einsatz für Transparenz bei neuen Züchtungstechniken	53
4.5.6. Regionales Soja	54
4.5.7. Tierwohl	54

4.5.8.	Verbot von Glyphosat	56
4.6.	Qualitätsstandards für Produkte	57
4.6.1.	Etabliertes Qualitätsmanagement für SPAR-Marken.....	58
5.	MITARBEITENDE BEI SPAR	59
5.1.	Beschäftigung in der SPAR-Gruppe.....	60
5.1.1.	Vielfalt unter den Mitarbeitenden.....	67
5.1.2.	Zusatzleistungen für Mitarbeitende	68
5.1.3.	Mitarbeiterbefragung	69
5.2.	Qualifikation der Mitarbeitenden	70
5.3.	Mitarbeitergesundheit	74
6.	ENERGIE UND UMWELT	79
6.1.	Vorgaben bei der Errichtung von SPAR-Gebäuden	80
6.2.	Energieverbrauch und Klimaschutz	81
6.2.1.	Energie-Effizienz	83
6.2.2.	Erneuerbare Energie	87
6.2.3.	Reduktion von CO ₂ -Emissionen	88
6.2.4.	Kundenmobilität	94
6.3.	Beiträge zur Kreislaufwirtschaft	95
6.3.1.	Mehrweg-Systeme und Wertstoff-Kreisläufe	97
6.3.2.	Wertstoffsammlung bei SPAR	98
6.3.3.	Wertstoffsammlung für Haushalte	99
7.	GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	101
7.1.	Sichere Versorgung	102
7.2.	Lebensmittel-Weitergabe an karitative Organisationen.....	103
7.3.	Sponsoring.....	105
7.3.1.	Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen.....	105
7.3.2.	Sport-Sponsoring.....	107
7.3.3.	Unterstützung für Kunst und Kultur	108
7.4.	Kundeninformation für nachhaltige Lebensweise.....	108
8.	ANHANG	111
8.1.	GRI-Inhaltsindex	111
8.2.	Relevante SDGs und der Beitrag der SPAR HOLDING AG	118
	IMPRESSUM	124



v.l.n.r.: Vorstand Mag. Paul Klotz, Stv.-Vorstandsvorsitzender KR Hans K. Reisch, Vorstandsvorsitzender Mag. Friedrich Poppmeier, Vorstand Mag. Marcus Wild, Vorstand Mag. Markus Kaser

1. Vorwort des Vorstands

GRI 102-14

Unter den herausfordernden Umständen von Corona-Pandemie und Klima-Krise hat es die SPAR Holding im Jahr 2021 geschafft, erfolgreich zu sein, weiter zu wachsen und gleichzeitig die Nachhaltigkeitsinitiativen voranzutreiben. Möglich war dies durch ein engagiertes Team aus über 75.000 Mitarbeitenden, die für die SPAR HOLDING AG gearbeitet haben. Sie haben in den Märkten, in der Logistik, in der Verwaltung und allen weiteren Bereichen ihr Möglichstes getan, um Kundinnen und Kunden jeden Tag aufs Neue mit der gewünschten Ware zu versorgen und beim Einkauf bei SPAR, bei Hervis oder in den SES Spar European Shopping Centers zu begeistern. Gemeinsam haben sie dazu beigetragen, dass wir das Jahr 2021 so erfolgreich abschließen konnten. Die SPAR HOLDING AG ist in allen Ländern, in denen sie aktiv ist, unter den Top Lebensmittelhandelsunternehmen und kommt der Vision von Mitteleuropas bestem Handelsunternehmen konsequent näher.

Basis für diesen Erfolg über viele Jahrzehnte hinweg sind die grundlegenden Werte der SPAR-Gruppe – modern, menschenfreundlich, unkompliziert – die unser tägliches Handeln bestimmen. Diese Werte sind langfristig und geben den Mitarbeitenden Sicherheit und Orientierung auch in turbulenten Zeiten. Ähnlich langfristig gültig ist auch die SPAR-Vertrauensdeklaration aus dem Jahr 1971, in der sich SPAR und alle SPAR-Kaufleute selbst zu Zielen in den Bereichen glaubhafte Kunden-Information, saubere Warendeklaration, gesunde Ernährung, Umweltschutz und Haushaltsberatung verpflichtet haben. Schon vor 50

Jahren hatten wir also Maßnahmen im Fokus, die heute unter dem Begriff Nachhaltigkeit subsummiert werden. Geringe Abgase, wenig Abfall und eine ausgewogene Ernährung sind auch heute noch Kernthemen der Nachhaltigkeitsstrategie von SPAR. Dieser Selbstverpflichtung ist SPAR seither also treu geblieben und hat diesen Gedanken in neue Geschäftsbereiche und Länder übertragen, die heute die SPAR Österreich Gruppe bilden. Als Familienunternehmen, das auch überwiegend von Eigentümern geführt wird, richtet SPAR diese Nachhaltigkeitsstrategie ebenso wie die gesamte Unternehmensstrategie auf Generationen aus.

Im Jahr 2021 hat SPAR konsequent an der Nachhaltigkeitsstrategie weitergearbeitet. Schwerpunkte waren erneut ein nachhaltiges Sortiment, also dass angebotene Produkte möglichst aus der Region stammen, Lebensmittel mit anerkannten Ernährungsempfehlungen übereinstimmen und die negativen Auswirkungen auf die Umwelt in der Produktion und Verarbeitung reduziert werden.

Im Bereich Energie und Technik arbeitet SPAR laufend an der Modernisierung der Märkte und setzt dafür Beleuchtungs-, Heiz- und Kältetechnik am neuesten Stand ein. Durch Effizienzsteigerung hält SPAR in Märkten bei steigender Ausstattungs- und Aufenthaltsqualität die Energieverbräuche konstant oder senkt sie, die Treibhausgasemissionen sinken durch den Einsatz erneuerbarer Energie und natürlicher Kältemittel laufend. Die Erfolge dieser Maßnahmen für den Klimaschutz

überprüft SPAR laufend und hat die bestehenden Klimaschutzziele verschärft und auf alle Länder der SPAR Holding ausgeweitet. Damit wird sichergestellt, dass die SPAR-Klimaschutz-Strategie mit den Klimaschutzzielen der Pariser Klimaschutzkonferenz übereinstimmt.

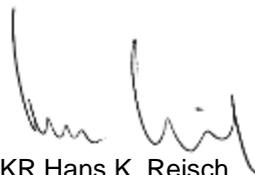
Fokus bei Maßnahmen für Mitarbeitende lagen 2021 abermals auf der Gesundheitsvorsorge insbesondere in Bezug auf die Gefahren von SARS-Covid19. SPAR hat umfassende Maßnahmen ergriffen, um einerseits Mitarbeitende vor einer Ansteckung zu schützen und andererseits den Betrieb allzeit aufrecht zu halten. Mit umfangreichen Testungen, Impfprogrammen, FFP2-Masken, intensive Desinfektionsmaßnahmen an Touchpoints und andere Schutzvorrichtungen konnte SPAR größtmögliche Sicherheit für die Mitarbeitenden garantieren. Gleichzeitig hat SPAR die bestehenden Programme zur Mitarbeiterqualifikation weitergeführt und zunehmend digitalisiert, um die Ausbildung trotz der Kontaktbeschränkungen fortführen zu können.

Die Gesamtkonzernbilanz für das Jahr 2021 der SPAR HOLDING AG bestätigt die nachhaltig positive Entwicklung des Unternehmens: Der konsolidierte Konzern-Nettoumsatz stieg um +4,1 % auf 12,7 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT) betrug über 334 Millionen Euro. Das entspricht einer EBT-Marge von 2,6 %.

Wir haben in allen unseren Geschäftsbereichen und in allen Ländern Kundenvertrauen gewonnen, indem wir Sicherheit großgeschrieben und alle verordneten Maßnahmen perfekt, aber für die Kundinnen und Kunden so einfach wie möglich umgesetzt haben. Das Kundenvertrauen hat sich durch steigende Umsätze in unseren Märkten gezeigt und dazu geführt, dass wir die Marktführerschaft im Lebensmittelhandel in Österreich nicht nur halten, sondern sogar weiter ausbauen konnten. Das macht uns natürlich besonders stolz und lässt uns mit Zuversicht in die Zukunft blicken! Unser aufrichtiger Dank gilt den über 75.000 Mitarbeitenden der SPAR HOLDING AG sowie den hunderten Kaufleuten und ihren Mitarbeitenden – jede und jeder Einzelne von Ihnen ist wichtig für das Gelingen des Ganzen!



Mag. Friedrich Poppmeier
Vorstandsvorsitzender



KR Hans K. Reisch
Stv.-Vorstandsvorsitzender



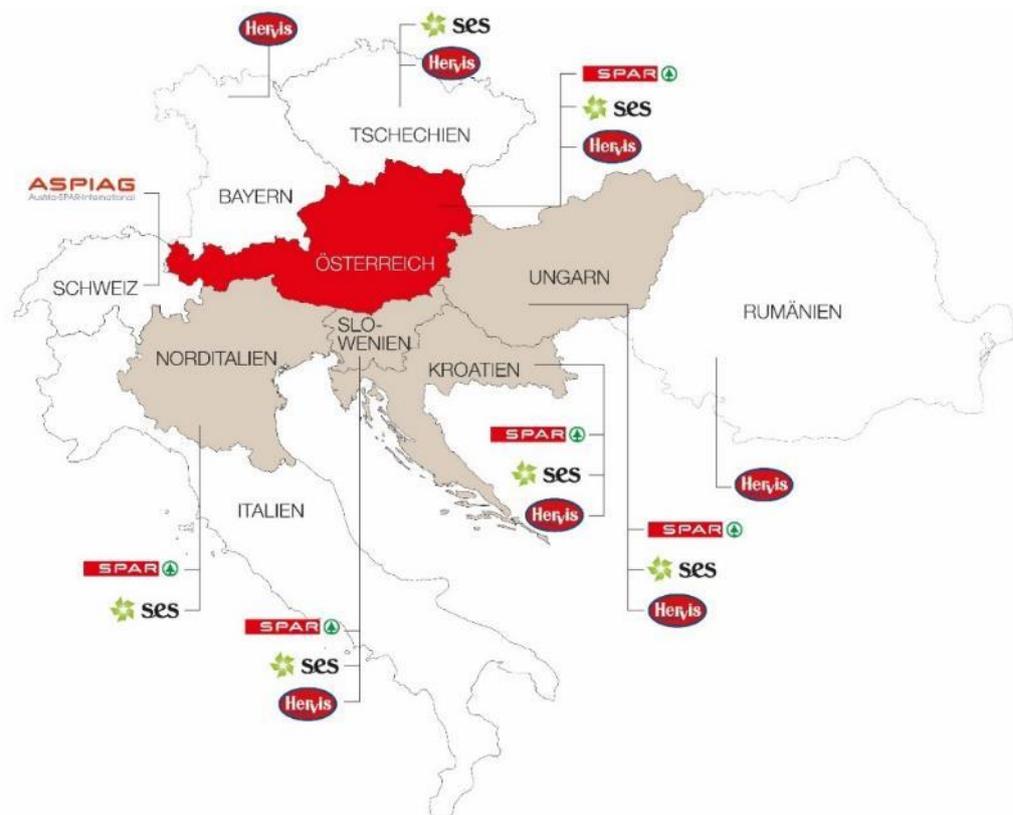
Mag. Paul Klotz
Vorstand



Mag. Marcus Wild
Vorstand



Mag. Markus Kaser
Vorstand



2. Die SPAR HOLDING AG

- GRI 102-2 Seit dem Zusammenschluss selbstständiger Einzel- und Großhändler zur SPAR Österreich im Jahr 1954 und der Gründung der SPAR Österreichische Warenhandels-AG 1970 ist das Unternehmen zu einem mitteleuropäischen Handelskonzern gewachsen. Ausgehend von Österreich hat SPAR in die umliegenden Länder expandiert und betreibt heute unter dem Dach der SPAR HOLDING AG rund 2.000 konzerneigene Standorte in acht Ländern und beliefert zahlreiche selbstständige SPAR-Einzelhändler. Der Hauptsitz der SPAR HOLDING AG befindet sich in Salzburg.
- GRI 102-6 Neben dem Kerngeschäft Lebensmittelhandel gehören der Sport- und Modefachhändler Hervis, SES Spar European Shopping Centers sowie unterstützende Produktions- und Dienstleistungsbetriebe der SPAR-Gruppe an.
- GRI 102-4 Die SPAR HOLDING befindet sich im Privateigentum der Gründerfamilien, deren Mitglieder wesentliche Führungsaufgaben im Unternehmen innehaben. Vorstandsvorsitzender Mag. Friedrich Poppmeier, Stv.-Vorstandsvorsitzender KR Hans K. Reisch und Vorstand Mag. Marcus Wild sind als Mitglieder der SPAR-Gründerfamilien im Vorstand vertreten, die langjährigen SPAR-Manager Mag. Markus Kaser und Mag. Paul Klotz ergänzen den Vorstand.
- GRI 102-18
- GRI 102-3
- GRI 102-5

Die Unternehmenstätigkeit der SPAR HOLDING AG lässt sich in die drei Säulen Lebensmittelhandel, Sportfachhandel sowie Errichtung, Betrieb und Management von Shopping-Centern unterteilen. Der größte Umsatzanteil entfällt auf den Geschäftszweig Lebensmittelhandel in Österreich, Nord-Italien, Ungarn, Slowenien und Kroatien, wo sich SPAR als einer der führenden Nahversorger etabliert hat. Im Sportfachhandel ist die SPAR HOLDING mit ihrem Tochterunternehmen Hervis in Österreich, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Tschechien, Rumänien und Deutschland vertreten. Die Tochtergesellschaft SES Spar European Shopping Centers managt 30 Shopping-Destinationen, wie Shopping-Center, Retail Parks und eine Einkaufsstraße in Österreich, Slowenien, Italien, Ungarn, Kroatien und Tschechien. Zwölf dieser Center stehen komplett oder überwiegend im Eigentum der SES und werden daher in diesem Bericht dargelegt. Fixer Bestandteil des SPAR-Sortiments in allen Ländern sind die SPAR-Marken, die Kundinnen und Kunden aus allen Bevölkerungsgruppen eine breite Auswahl vom Preiseinstieg bis zu Premium-Produkten bieten. In Österreich erwirtschaftet SPAR bereits über 40 Prozent des Umsatzes mit SPAR-Marken, in den übrigen Ländern werden SPAR-Markenprodukte ebenfalls selbst entwickelt und nehmen an Umsatzbedeutung zu.

2.1. Entwicklungen im Geschäftsjahr 2021

GRI 102-7

Auch das Geschäftsjahr 2021 war noch stark durch die Covid-Pandemie geprägt. Gesundheitsvorkehrungen für Mitarbeitende und Kunden, gesetzliche Beschränkungen des Handels und Turbulenzen in der Lieferkette hatten direkte Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit. SPAR war mit rasch wechselnden Vorgaben zu Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen konfrontiert, die mitunter großen Ressourceneinsatz erforderten. Viele der SPAR-Lebensmittelmärkte befinden sich in Saisongebieten, die unter dem fehlenden Tourismus während der Lockdown-Phasen gelitten haben. Aber auch Standorte an Ländergrenzen waren aufgrund der Einreisebestimmungen mit enormen Umsatzverlusten konfrontiert.

GRI 102-10

Gleichzeitig hat SPAR sich in der Corona-Pandemie als verlässlicher und flexibler Versorger bewiesen. SPAR hat alle Lebensmittelmärkte geöffnet gehalten, auch wenn krankheits- und quarantänebedingte Ausfälle die Teams in den Märkten zeitweise geschwächt haben. Die SPAR-Mitarbeitenden haben Verantwortung übernommen, sich in großer Zahl impfen lassen und täglich über Stunden FFP2-Masken getragen. Sie haben trotz des notwendigen Abstands den Servicegedanken bewahrt, den die SPAR-Kundschaft schätzt. Im Sortiment hat sich SPAR schnell an die veränderten Lieferketten und verstärkte Kundennachfrage angepasst und durch hohe Warenverfügbarkeit von positivem Kundenfeedback profitiert. Beispielsweise haben Konsumentinnen und Konsumenten, die aufgrund der Gastronomie-Schließungen wieder selbst zu Hause kochten, vermehrt auf Nachhaltigkeit beim Einkauf geachtet. Anzeichen dafür war der stark steigende Umsatz mit Bio-Produkten. SPAR reagierte auf diese Nachfrageveränderung mit zusätzlichen Produkten in Bio-Qualität und verzeichnete einen erneuten zweistelligen Umsatzzuwachs bei Österreichs stärkster Bio-Marke SPAR Natur*pur.

Die coronabedingten Schließungen wirkten sich positiv auf den Lebensmittelhandel aus, jedoch negativ auf die anderen beiden Geschäftsfelder. Hervis musste in diversen Lockdowns Filialen schließen und stellte vielerorts auf Online-Bestellung und Pick-up um. Die SES-Center selbst blieben zwar geöffnet, mussten jedoch zeitweise Schließungen zahlreicher Händler- und Gastronomiebetriebe in den Shopping-Malls und den damit einhergehenden Rückgang der Kundenfrequenz in Kauf nehmen und daher Shoppartnern mit Pachtreduktionen entgegenkommen. Auch die SPAR-eigene Gastronomie, wie beispielsweise die INTERSPAR-Restaurants, konnten

zeitweise nur als Betriebskantinen für das eigene Personal geöffnet bleiben. Die reduzierten Erträge aus den Sparten Sportfachhandel, Shopping-Center und Gastronomie konnten jedoch durch die Mehrerträge aus dem Lebensmittelhandel ausgeglichen werden. Insgesamt konnte die SPAR HOLDING AG im Geschäftsjahr 2021 mit rund 2.000 eigenen Märkten und Centern und über 1.200 Märkten selbstständiger Einzelhändler den konsolidierte Konzern-Nettoumsatz um +4,1 % auf 12,7 Milliarden Euro steigern.

In Österreich wurde SPAR zum zweiten Mal in Folge Marktführer im Lebensmittelhandel und konnte den Vorsprung zum zweitgrößten Handelsunternehmen auf 2,1%-Punkte Marktanteil ausbauen. In Nordost-Italien ist SPAR ebenfalls Marktführer. Mit der Eröffnung der neuen Regionalzentrale in Castel San Pietro Terme, wurde zudem die Expansion in der Region Emilia Romagna vorangetrieben. In Ungarn sowie in Slowenien ist SPAR im Lebensmittelhandel jeweils die starke Nr. 2. In Kroatien hat sich SPAR bereits an die dritte Stelle gesetzt. Über 75.000 Menschen haben zum Stichtag 31.12.2021 für die SPAR HOLDING AG gearbeitet und kümmerten sich um die Anliegen der Kundschaft in sieben Ländern. 2021 ist SPAR weiter gewachsen und hat 28 zusätzliche Lebensmittelmärkte eröffnet. Hervis hat in Tschechien eine Bereinigung der Standorte durchgeführt und insgesamt 13 Standorte weniger als im Jahr 2020 betrieben. Von den 30 von SES gemanagten großflächigen Shopping-Standorten in sechs Ländern sind zwölf im Eigentum der SPAR HOLDING AG und daher im Finanz-Lagebericht und in diesem Nachhaltigkeitsbericht umfasst.

Nicht nur die Anzahl der Standorte, sondern auch jene der Produkte stieg im vergangenen Jahr. SPAR setzt seit vielen Jahren auf innovative Marken – von S-BUDGET über SPAR Vital und SPAR Natur*pur bis SPAR PREMIUM. Mehr als 7.500 SPAR-Markenprodukte finden sich mittlerweile in den Regalen in Österreich. Im Jahr 2021 hat sich die Bio-Marke SPAR Natur*pur besonders stark entwickelt. Über 1.200 Artikel führt SPAR unter dieser Marke und hat damit die Anzahl um rund 10% zum Vorjahr erhöht, deutlich stärker als der Durchschnitt aller SPAR-Marken. Die Sortimentshighlights werden auch in den anderen Ländern der SPAR-Gruppe angeboten, neben den regionalen Eigenentwicklungen der SPAR-Länderorganisationen.

Das Geschäftsjahr von Hervis war erneut durch Lockdowns für den allgemeinen Handel stark beeinflusst. Aufbauend auf den Erfolgen

des Multichannel-Vertriebssystems, einer Integration von Online- und stationärem Handel, und auf den Erfahrungen des ersten Corona-Jahres 2020 konnte Hervis Teile des Umsatzes in den Onlinehandel verlagern und somit die fehlenden Umsätze von zwangsgeschlossenen Filialen ersetzen. Mit der etablierten und erfolgreichen Mischung aus bekannten Markenartikeln und hochwertigen Hervis-Marken wie Cygnus oder Kilimanjaro war Hervis erneut auf Kundenwünsche bestens vorbereitet. Die Shopping-Center von SES verzeichneten im ersten Pandemiejahr durch Lockdowns und damit verbundene Schließungen von zahlreichen Händlern und der Gastronomie entsprechende Besucherrückgänge. Die Lebensmittel-Märkte sowie Dienstleister für die notwendige Grundversorgung wie Apotheken oder Banken sorgten aber für eine dauernde Frequenz in den Centern. Die für SES-Center so

wichtige Funktion als Lebensräume und gesellschaftliche Treffpunkte war deutlich eingeschränkt. Mit konsequenten Maßnahmen konnte die Kundenfrequenz 2021 wieder auf 85 Millionen Besuchende um 5 Prozent gegenüber 2020 gesteigert werden. Veranstaltungen wurden an die Rahmenbedingungen der Pandemie angepasst, hochwertige Ausstellungen sorgten für reges Publikumsinteresse bei gleichzeitig höchsten Sicherheitsstandards auf Basis eines TÜV-AUSTRIA zertifizierten Hygienemanagement-Standards. Die Shoppartner-Umsätze an den SES-Standorten stiegen 2021 überdurchschnittlich im Vergleich zur generellen Handelsentwicklung. Durch Outdoor-Angebote, wie den beliebten Eislaufplätzen im Winter und Ruhezonen im Sommer konnte den Besuchern aber etwas Normalität geboten werden.

2.2. Aktuelle Entwicklungen im Handel

Die SPAR HOLDING AG ist in Österreich und sieben Nachbarländern mit erfolgreichen Marken in sehr unterschiedlichen Geschäftsbereichen und verschiedenen Vertriebstypen vertreten. Sowohl die Internationalisierung als auch die Diversifizierung des Geschäfts haben sich im Laufe der Firmengeschichte zu einer erfolgreichen Strategie entwickelt, welche als Chance für eine nachhaltige positive Gesamtentwicklung des Konzerns wahrgenommen wird. Dass diese Differenzierung Risiken abschwächt, verdeutlicht auch die aktuelle Corona-Krise, in der Geschäftsbereiche wie

der Sportfachhandel und Shopping-Center mit Einbußen zu rechnen haben, während der Lebensmittelhandel Zuwächse verzeichnet. SPAR sichert sich einerseits durch die Verteilung der Geschäftstätigkeit auf drei Sparten sowie durch die Präsenz in sieben Ländern ab, andererseits profitieren diese Sparten gegenseitig voneinander und nutzen Synergien vom Einkauf bis zu gemeinsamen Standorten. Mit einem attraktiven Sortiment, dem führenden Konzept für den jeweiligen Vertriebstyp und einem positiven Arbeitgeber-Image ist SPAR gut gerüstet, muss sich aber auch Risiken stellen.

2.2.1. Der Beitrag von SPAR zu den Sustainable Development Goals

Die Vereinten Nationen haben 2015 eine Agenda zur nachhaltigen weltweiten Entwicklung bis 2039 vorgelegt. Die 17 Ziele und 169 Sub-Ziele richten sich vorrangig an weniger entwickelte Länder, insbesondere dann, wenn man die Sub-Ziele genauer analysiert. Teile davon lassen sich jedoch in den Ländern der SPAR HOLDING AG anwenden oder SPAR kann durch Lieferketten-Management Entwicklungen in Produktionsländern herbeiführen. Alle SDGs sind gleich wichtig und eng miteinander vernetzt. Der Einfluss eines Handels-

unternehmens ist jedoch zu manchen Subzielen größer als bei anderen. Daher legt SPAR den Fokus auf jene Ziele, auf die SPAR direkten Einfluss durch eine verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit nehmen kann. Elf der 17 Ziele sowie 19 der 169 Sub-Ziele sind im Fokus von SPAR und werden mit konkreten Maßnahmen verfolgt. Die Übersicht im Anhang 8.1 stellt der Bezug von SPAR-Aktivitäten zu SDGs sowie den relevanten GRI-Kennzahlen her. Zu Beginn der jeweiligen Kapitel wird mit farbigen Kästen am linken Seitenrand auf den Beitrag zu einem SDG hingewiesen.

2.2.2. Wirtschaftliche Risikobewertung der SPAR HOLDING AG

GRI 102-15

Eine Verschärfung der Wettbewerbssituation, der enorme Preisdruck insbesondere im Lebensmittel- und Sportfachhandel und der Verlust von Marktanteilen, Imageschäden durch

Menschen- oder Umweltrechtsverletzungen in der volatilen Lieferkette oder Lieferausfälle durch Naturkatastrophen stellen nur einige der relevanten Risiken für die Ergebnissituation in

den einzelnen Ländern dar. Daher hat SPAR gemeinsam mit externen Partnern die Risiken auf Basis einer Risikoinventur evaluiert. Verantwortliche aus dem technischen und kaufmännischen Bereich haben potentielle Risiken benannt, die anschließend konsolidiert und kategorisiert wurden. Unter anderem wurden Risiken durch das politische Umfeld, Konkurrenz in bestehenden und neu erwachsenden Geschäftsfeldern, Technologieentwicklungen, eine Veränderung des Lifestyles, Naturkatastrophen und die Verfügbarkeit von Energie und Rohstoffen einbezogen. In einem weiteren Schritt wurden die erhobenen und bewerteten Risiken in das Audit Risk Model einbezogen. Auf Risiken mit dem potentiell höchsten Scha-

den und einer großen Eintrittswahrscheinlichkeit haben sich SPAR-Vorstand und -Revision konkreter vorbereitet und entsprechende Mitigationsmaßnahmen getroffen.

Die laufende Aktualisierung und Bewertung dieser Entwicklungen und daraus erwachsender Risiken und Chancen findet in regelmäßigen Abständen im Gesamtvorstand der SPAR gemeinsam mit dem Aufsichtsrat statt. Dieses strategische Steuerungsgremium schätzt gemeinsam mit den verantwortlichen Fachabteilungen mögliche Risiken ab, evaluiert Chancen und damit neue Geschäftsmöglichkeiten und trifft die nötigen Entscheidungen zur Mitigation von Risiken beziehungsweise zur Nutzung von Chancen

2.2.3. Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zeigen einige Risiken auf, die sich in den kommenden Jahrzehnten weiter verschärfen werden, wenn Staaten, Unternehmen und Bürger keine Maßnahmen gegen diese Entwicklungen setzen – allen voran die weltweite Klimaerwärmung, die es unter 1,5°C zu halten gilt. Die SDGs zeigen gleichzeitig auch Chancen auf, mit denen sich die SPAR HOLDING AG auseinandersetzen muss. Mitigationsmaßnahmen zu den unten genannten Risiken sowie Maßnahmen zur Nutzung der Chancen werden in den jeweiligen Kapiteln näher ausgeführt.

Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht im Überblick

Chancen und Risiken	Stakeholder	Maßnahmen SPAR	Indikatoren/aktuelle Beispiele
<p>Verändertes Konsumverhalten bei Lebensmitteln</p> <p>Chance Sortimente zu erweitern und Vorreiter für neue Produkte zu sein</p>	<p>Kundinnen und Kunden</p> <p>Lieferantinnen und Lieferanten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zucker-Raus-Initiative • Tierschutz-Initiative (z.B. Aufzucht männlicher Bio-Küken) • Verbannung von Palmöl aus SPAR-Marken • Ausbau des Sortiments (z.B. Bio-Marke SPAR Natur*pur, vegane und vegetarische Produkte, natürliche Nahrungsergänzungen unter dem Schlagwort Superfood) • Strengere Standards als gesetzlich vorgeschrieben (mit Entlohnung für Mehraufwand der Lieferanten) • Beteiligung an Stakeholderprozessen auf EU-Ebene (z.B. Nährwert-Kennzeichnung, Vermarktungsnormen und Initiativen für ein nachhaltiges Ernährungssystem) 	<ul style="list-style-type: none"> • Trend zu bewusster Ernährung (z.B. fettarm, zuckerreduziert, Bio-Qualität, regionale Lebensmittel, vegan/vegetarisch...) • Insb. während der Corona-Krise Trend zum selbst Kochen und sich mit Produkten zu beschäftigen (Inhaltsstoffe und Produktionsbedingungen)
<p>Klimaerwärmung und ihre Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion</p> <p>aktuell und in Zukunft</p>	<p>Gesellschaft</p> <p>Politik/Behörde</p> <p>NGOs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einhaltung eines 2°C- bzw. des strengeren 1,5°C-Zieles liegt im direkten Unternehmensinteresse • SPAR-Klimaziele stimmen mit den auf der Welt-Klimaschutz-Konferenz 2015 formulierten Zielen überein • Bau, Energiemanagement und Logistik arbeiten laufend an der Einsparung von Emissionen, die zur Erreichung der SPAR-Ziele zum Klimaschutz notwendig ist 	<ul style="list-style-type: none"> • Klimaerwärmung hat bereits jetzt Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion und damit auf das SPAR-Sortiment • Ernteauffälle in Rekordhöhe durch Temperaturen über Langzeitdurchschnitt (Laut österreichischer Hagelversicherung). • Klimawandel verursacht in Österreich bereits jetzt Kosten von 1 Mrd. Euro jährlich (Studie im Auftrag des BMLFUW¹) • Expertinnen und Experten rechnen in Zukunft mit Ernteeinbußen von 10-15%
<p>Veränderte Mobilität und Convenience</p>	<p>Kundinnen und Kunden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In der Bedienung kann bei SPAR grammgenau eingekauft werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaft zunehmend mobiler (durch Corona nur kurze Abschwächung der Entwicklung)

¹ „COIN – Cost of Inaction: Assessing the Costs of Climate Change for Austria“ im Auftrag des BMLFUW und des Klima- und Energiefonds

<p>Umweltrisiko: Vermehrtes Verpackungsaufkommen durch Convenience- und in kleinen Portionsgrößen verpackte Produkte (bei falscher Entsorgung).</p> <p>Gesundheitsrisiko: Convenience-/Fertigprodukte enthalten oftmals mehr Zucker, Salz oder Fette, als für gesunde Ernährung empfohlen.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Durch Routenoptimierung bei gezielter Lieferung von Online-Bestellungen wird der Individualverkehr reduziert und somit Treibhausgas gespart. 	<ul style="list-style-type: none"> • Urbanisierung & flexible Arbeitszeiten: Viele Mahlzeiten werden unterwegs eingenommen. • Single-Haushalte (in Städten mit über 50.000 Einwohnerinnen und Einwohnern rd. die Hälfte der Haushalte): Kleine Portionsgrößen führen zu vermehrtem Verpackungsaufkommen, aber auch zu weniger Lebensmittelverderb. • Online-Shopping (genutzt von 58% der Personen von 16 bis 74 Jahren): Lieferverkehr steigt.
<p>Demografische Entwicklung und damit verbundener Arbeitskräftemangel</p> <p>Fachkräfte sowie motivierte angehende Lehrlinge sind begehrte Mitarbeitende, um die Arbeitgeber über die Branchen hinweg in hartem Konkurrenzkampf stehen.</p>	Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> • SPAR positioniert sich durch viele Vorteile als attraktiver Arbeitgeber mit entsprechendem Arbeitsklima • Möglichkeiten zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung • Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Alterung der Gesellschaft führt zu weniger verfügbaren Arbeitskräften • 2020 um 34% weniger ²Jugendliche zwischen 15 und 19 Jahren als 1980. Zahl der Lehrlinge im Handel um 61% gesunken. • Mehr kulturelle Vielfalt aber auch soziokulturelle und religiöse Unterschiede sowie Sprachbarrieren u.a. durch Migration.
<p>Kreislaufwirtschaft und Verpackungsreduktion</p> <p>SPAR ist mit mehreren Zielkonflikten konfrontiert</p>	<p>Lieferantinnen und Lieferanten</p> <p>Gesellschaft</p> <p>NGOs</p> <p>Politik/Behörde</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SPAR vermeidet oder verringert Verpackungen wo sinnvoll und möglich und setzt auf recyclingfähige Materialien, wo Verpackungen unerlässlich sind. • SPAR setzt sich in allen Ländern für ein funktionierendes, effizientes Sammelsystem aller Kunststoff-Verpackungen ein 	<ul style="list-style-type: none"> • Kreislaufpaket der EU und daraus hervorgehende gesetzliche Änderungen betreffen SPAR v.a. im Lebensmittel- und Sportfachhandel • Moderner Lebensmittelhandel ohne Verpackungen undenkbar (Logistik, Selbstbedienung/Convenience). • Verpackungen verringern Lebensmittelverderb und damit Verschwendung von Energie und Nahrungsressourcen nachweislich
<p>Vermeidung von Lebensmittelverderb</p>	<p>Gesellschaft</p> <p>NGOs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verringerung des Lebensmittelverderbs ist im Eigeninteresse von SPAR, um Kosten zu sparen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittelverschwendung verursacht weltweit Treibhausgas-Emissionen von 3,3

² https://www.oif.ac.at/fileadmin/user_upload/p_oif/andere_Publikationen/Fokus_Jugend_2020.pdf

<p>Lebensmittelverschwendung hat große Umweltauswirkungen</p> <p>Risiko: Mögliche verpflichtende Weitergabe inkl. Nachweispflicht genuss-tauglicher Lebensmittel an Sozialorga-nisationen würde hohen bürokrati-schen Aufwand in ein funktionieren-des System bringen</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Genaue Bestellsysteme, Abverkauf und Wei-tergabe an Sozialmärkte • Jeder Standort in diesem Umfeld es eine ent-sprechende Organisation gibt, gibt Lebensmit-tel die noch gut, aber nicht mehr verkäuflich sind an diese weiter. Lebensmittelabfälle wer-den vermieden und einkommensschwache Bevölkerungsgruppen unterstützt 	<p>Mrd. Tonnen jährlich³. Energie- und Wasser-verbrauch in Anbau, Verarbeitung und Transport fällt auch bei weggeworfenen Le-bensmitteln an.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handel hat am Verderb in der Lieferkette ei-nen Anteil von 5% (Wird in der öffentlichen und politischen Debatte meist für deutlich größeren Teil verantwortlich gemacht) • Großteil des Verderbs in den Haushalten.
<p>Marktverträgliche Veränderung</p> <p>Preise heimischer Produkte im Ver-gleich zu Importware anzuheben, birgt das Risiko, dass die österreichische Landwirtschaft nicht mehr wettbe-werbsfähig ist.</p>	<p>Kundinnen und Kunden</p> <p>Lieferantinnen und Lieferanten</p> <p>Politik/Behöre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SPAR ist bestrebt, laufende positive Verände-rungen zu initiieren und voranzutreiben, dabei Interessen von Lieferantinnen und Konsumen-ten auszugleichen und markttaugliche Lösun-gen zu finden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrleistung der Produzentinnen nur wirt-schaftlich tragbar, wenn Konsumenten bereit sind mehr zu zahlen • Werden heimische Produkte im Vergleich zu teuer, greifen Kunden auf günstigere Import-ware zurück – trotz schlechterer Herstel-lungsbedingungen • Einige Produkte, (z.B. Schweinefleisch) wer-den zu einem Gutteil im Ausland verkauft. Mehrleistungen (z.B. gentechnikfreie Fütte-rung, Tierwohl-Standards) werden dort nicht bezahlt. Bei Flächendeckender Verpflich-tung ist heimische Landwirtschaft nicht mehr wettbewerbsfähig

³ https://www.wwf.at/de/view/files/download/showDownload/?tool=12&feld=download&sprach_connect=3069

2.3. Nachhaltigkeit bei SPAR

Bereits im Jahr 1971 hat sich die neu gegründete SPAR AG mit all ihren Kaufleuten in der Vertrauensdeklaration zu Leitlinien in den Bereichen Information, Warendeckung, Kaufakt, gesunde Ernährung, Umweltschutz und Haushaltsberatung verpflichtet. Schon vor über 50 Jahren hatte SPAR also Maßnahmen im Fokus, die heute unter dem Begriff Nachhaltigkeit subsumiert werden. Dieser Selbstverpflichtung ist SPAR seither treu geblieben und hat diesen Gedanken in neue Geschäftsbereiche und Länder übertragen, die heute die SPAR-Gruppe bilden.

Gründungsgedanke der SPAR-Organisation ist der freiwillige Zusammenschluss von Einzel- und Großhändlern, zum größtmöglichen gemeinsamen Vorteil bei gleichzeitiger größtmöglicher Selbstständigkeit. SPAR-Einzel- und Großhändler sowie einzelne SPAR-Länderorganisationen arbeiten also in jenen Bereichen intensiv zusammen, wo gemeinsam Vorteile erzielt werden können, bewahren aber gleichzeitig unternehmerische Unabhängigkeit. Basis dieses Tuns ist nachwievor der Nachhaltigkeitsgedanke, der bereits 1971 erstmals formuliert wurde.

Die SPAR HOLDING hat diesem Grundsatz folgend überall dort gemeinsame Ziele, wo gemeinsame Maßnahmen sinnvoll sind, wie beispielsweise bei Maßnahmen zur Reduktion der Klimaerwärmung oder bei der Verpackungsreduktion. Überall dort, wo einzelne SPAR-Ländereinheiten besser individuell auf die länderspezifischen Bedürfnisse von Kunden und Gesellschaft eingehen können, definieren sie individuelle Zielsetzungen.

In den drei Unternehmenswerten – modern, menschenfreundlich, unkompliziert – ist der Nachhaltigkeitsgedanke dreifach verankert. SPAR ist modern und setzt neue Technologien ein, die Energie sparen, weniger Treibhausgase emittieren oder Arbeitsschritte erleichtern. SPAR ist menschenfreundlich durch wertschätzenden und sorgsamen Umgang mit eigenen Mitarbeitenden, durch Stärkung regionaler Wertschöpfung und durch Standards in der Lieferkette. Und SPAR ist unkompliziert,

also effizient in der Umsetzung von Maßnahmen.

Jeder Geschäftsbereich, jede Abteilung und jeder Mitarbeitende der SPAR ist aufgefordert, diese Werte in der täglichen Arbeit zu leben und die eigenen Aufgaben auf möglichst nachhaltige Weise umzusetzen. Nachhaltige Maßnahmen werden daher bei SPAR in der jeweiligen Fachabteilung im Rahmen der täglichen Arbeit durchgeführt. Nur so können Experten für ihr jeweiliges Fachgebiet fundierte Entscheidungen treffen und Maßnahmen mit nachhaltigem Impact setzen. Die Fachbereiche berichten direkt ihrem verantwortlichen Vorstand in Österreich oder der Geschäftsführung der Organisationseinheit, die über alle wesentlichen Projekte informiert sind. Die Letztverantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie und die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen hat die jeweilige Geschäftsführung von SPAR-Länderorganisationen beziehungsweise Hervis und SES sowie der SPAR HOLDING Vorstand. Operativ sind die Tochterunternehmen absolut unabhängig und setzen eigenständige Ziele und Maßnahmen. Dies entspricht dem SPAR-Gründungsgedanken, nach dem Unternehmen bei gegenseitigen Vorteilen kooperieren und dabei größtmögliche Eigenständigkeit behalten.

Eigene Nachhaltigkeitsabteilung mit operativer Verantwortung gibt es daher nicht. Die beiden Stabstellen „Head of CSR“ und „Leiter Nachhaltigkeit“ koordinieren bei Themen, die mehrere Fachbereiche betreffen und kommunizieren mit Stakeholdern. Die Nachhaltigkeitskoordinatoren der verschiedenen Tochtergesellschaften stimmen sich regelmäßig direkt ab und berichten direkt ihren Vorständen und Geschäftsführern der Länderorganisationen beziehungsweise Sparten. Zwischen den Koordinatoren findet ein regelmäßiger loser Austausch statt, der mit Einführung eines länderübergreifenden Kommunikationssystems zukünftig auch digital stattfinden wird.

GRI 102-16

2.3.1. Umfasste Unternehmen dieses Berichts

GRI 102-51

GRI 102-52

GRI 102-50

Die nachhaltigen Aktivitäten aller Unternehmen unter dem Dach der SPAR HOLDING AG werden in diesem konzernalen Nachhaltigkeitsbericht für das Kalenderjahr 2021 zusammengefasst. Dieser Bericht aktualisiert den letzten Nachhaltigkeitsbericht, der im Juni

2021 erschienen ist und wird jährlich veröffentlicht. Im vorliegenden Bericht kann es durch Rundungsdifferenzen zu minimalen Abweichungen bei summierten Zahlen kommen.

GRI 102-54	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt.	Ischaft mit Sitz in 5015 Salzburg, Österreich, Europastraße 3, darstellt. Die SPAR HOLDING AG, das Mutterunternehmen der SPAR HOLDING AG Gruppe, ist im Firmenbuch beim Handels- als Landesgericht Salzburg, Österreich, unter der Nummer 256183s eingetragen. Ihr Sitz ist in 5015 Salzburg, Österreich, Europastraße 3. Nicht berichtet wird über selbstständige SPAR-Einzelhändler sowie über Shopping-Center, die at equity bilanziert werden und damit nicht in der Konzernbilanz enthalten sind. Die umfassten Gesellschaften dieses Nachhaltigkeitsberichts sind ident mit jenen des Konzern-Lageberichts nach IFRS. Dieser Bericht wurde einer unabhängigen externen Prüfung durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H unterzogen.
GRI 102-45	Die SPAR HOLDING AG und ihre Tochtergesellschaften sind in Österreich, der Schweiz, Italien, Tschechien, Slowenien, Kroatien, Ungarn, Rumänien und Bayern tätig. Die beiden Geschäftsbereiche des SPAR HOLDING AG Konzerns sind der Handel (insbesondere der Groß- und Einzelhandel mit Lebensmitteln NACE 47.11 sowie der Einzelhandel mit Bekleidung NACE 47.71) und Immobilien/ Einkaufszentren (insbesondere deren Entwicklung, Errichtung und Betrieb NACE 68.20 & 68.32). Zur SPAR HOLDING AG Gruppe gehört unter anderem der SPAR AG Konzern, dessen wesentlichste operative Gesellschaft in Österreich die SPAR Österreichische Warenhandels-Aktiengesel-	
GRI 102-56		

2.3.2. Stakeholder-Einbindung und wesentliche Themen

GRI 102-42	Relevante Stakeholder-Gruppen hat SPAR in einem mehrstufigen internen Prozess bei der Erstellung der Unternehmens-Vision definiert. Darin eingebunden waren Mitarbeitende aller Ebenen von Märkten bis zum obersten Management. Seither werden die Stakeholder regelmäßig, mindestens einmal jährlich, auf ihre Aktualität überprüft und die Liste ggf. erweitert. Anlass dazu ist der jährliche Versand des SPAR-Geschäftsberichts und des SPAR-Nachhaltigkeitsberichts. Die relevantesten Stakeholder der SPAR HOLDING sind:	Diskussionsrunden und kleinere Informationsveranstaltungen die unterschiedlichen Stakeholder.
GRI 102-40	<ul style="list-style-type: none"> • Kundinnen und Kunden • Lieferanten • Mitarbeitende • NGOs • Politik und Behörden • Eigentümer 	m Frühling 2021 hat SPAR eine Stakeholderbefragung durchgeführt. Dafür hat SPAR die Themen der Stakeholder gesammelt und durch Inhalte der letzten Nachhaltigkeitsberichte, Ziele der Sustainable Development Goals, aktuelle Trends aus den nationalen und europäischen politischen Programmen, Benchmarks von Händlern und Industrie sowie Angaben des GRI-Standards kombiniert. Diese Themenliste hat SPAR bei den Stakeholdern mit Unterstützung von Ernst & Young per Online-Umfrage auf ihren Einfluss auf die einzelnen Stakeholder oder die von ihnen vertretenen Gruppen abgefragt. Stakeholder wurden aufgerufen, die ihnen wichtigen Themen zu reihen. Die für Stakeholder wichtigen Themen hat das SPAR-CSR-Board nach den Auswirkungen des Unternehmens auf die unterschiedlichen Themen und die Beeinflussbarkeit der Auswirkungen bewertet. Die aus externer und interner Sicht als wesentlich eingestuft Aspekte lassen sich in vier Themenbereiche als tragende Säulen der Nachhaltigkeit im Unternehmen gruppieren: Verantwortungsvoll hergestellte Produkte, Gesellschaft, Umwelt, Klima und Energie, sowie Mitarbeitende.
GRI 102-43	Mit diesen externen Gruppen tauscht sich SPAR laufend in der täglichen Arbeit und in diversen Arbeitskreisen wie der ARGE Gentechnik-frei, der WWF CLIMATE GROUP, dem Beirat des Verbands der Tafeln, dem wissenschaftlichen SPAR-Ärztebeirat, der Nachhaltigkeitsagenda u.v.a. aus. SPAR informiert einerseits aktiv über den Nachhaltigkeitsbericht, Presseaussendungen, Informationsschreiben,	
GRI 102-46		
GRI 102-44		

Übersicht aus der Abfrage hervorgegangener wesentlicher Themen

Themenbereich	Wesentliches Thema		Themenbereich	Wesentliches Thema	
Verantwortungsvoll hergestellte Produkte	Bewusste Ernährung (z.B. Angebot von Bio-Produkten, Reduktion von Zucker in SPAR-Marken etc.)	A	Umwelt, Energie & Klima	Kreislaufwirtschaft (Abfallvermeidung, -samm lung & -recycling, sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln)	E
	Standards in der Lieferkette: Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen	B		Bauweise von Gebäuden & Flächenverbrauch	F
	Biodiversität (Erhalt und Förderung der Artenvielfalt)			Reduktion Energieverbrauch und THG-Emissionen (z.B. Reduktion des Energieverbrauchs, Einsatz von erneuerbaren Energieträgern)	G
	Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen	C	Mitarbeitende	Arbeitgeber-Attraktivität (Beschäftigung, Zufriedenheit der Mitarbeitenden, Vereinbarkeit Beruf und Familie)	H
	Regionaler Einkauf	D		Qualifikation der Mitarbeitenden (Ausbildungsmaßnahmen für Lehrlinge und Mitarbeitende)	I
	Kreislaufwirtschaft (Reduktion von Produktverpackung, recyclingfähige Verpackungen)	E	Gesundheit und Sicherheit von Mitarbeitenden	J	
Gesellschaft	Versorgungssicherheit mit Lebensmitteln	M	Unternehmen	Compliance: Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten	K
	Umgang mit Lebensmitteln (Lebensmittelspenden)	N		Wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens	L

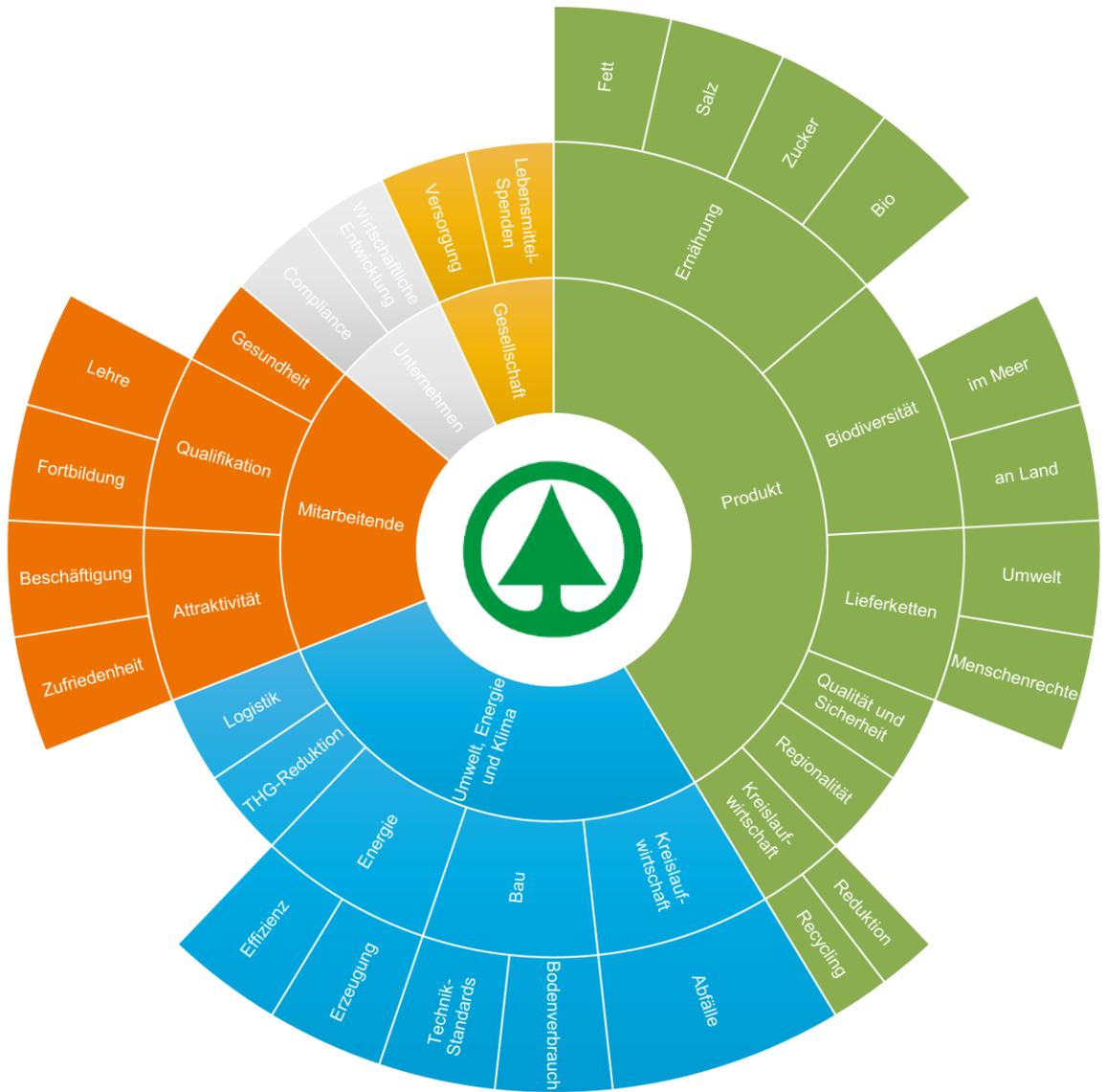
Im Vergleich zum letzten Bericht sind die wesentlichen Themen nahezu unverändert. Die Versorgungssicherheit mit Lebensmitteln und die regionale Beschaffung haben in der Corona-Pandemie an Wichtigkeit gewonnen. Die Themen Kreislaufwirtschaft, Abfall und Recycling sind ebenfalls von Stakeholdern wichtiger eingestuft worden, was aufgrund der intensiven öffentlichen Diskussion nicht verwunderlich ist. Kreislaufwirtschaft wird sowohl im Produktbereich (Verpackungsreduktion, recyclingfähige Verpackungen...) als auch im Bereich Umwelt, Energie & Klima (Abfallsorgung und Recycling) berichtet. Zusätzlich mit Stakeholdern intensiver diskutiert wurde der Themenbereich „Biodiversität“, der daher ab diesem Bericht aus dem Bereich „Auswirkungen der Lieferkette“ herausgelöst und als

eigenes wesentliches Thema behandelt wird (siehe obenstehende Tabelle).

Auf eine Reihung der Themen untereinander wird in diesem Bericht verzichtet, da die Themen mit unterschiedlicher Priorisierung – je nach Stakeholdergruppe – in den vergangenen Jahren konstant geblieben sind.

Die Themen Sponsoring bzw. Unterstützung lokaler Gemeinschaften und Organisationen sowie Diversität wurden von den Stakeholdern nicht als wesentlich eingestuft, bleiben aber Teil der Berichterstattung. Zusätzlich wurde das Thema Logistik für das Berichtsjahr 2021 als wesentlich eingestuft.

Folgende Tabelle zeigt, welche Themen, hervorgehend aus der Online-Befragung und dem Dialog mit den Stakeholdern, von der jeweiligen Stakeholdergruppe als besonders wesentlich erachtet werden



Wesentliche Themen der SPAR HOLDING nach Kapiteln

Übersicht Ergebnisse der Abfrage wesentlicher Themen nach Stakeholdergruppen

Stakeholder-gruppe	Art der Einbindung	Wichtigste Themen	Kennzahlen/Bemessungsgrundlage
Kundinnen und Kunden	Online-Stakeholderbefragung Anfragen der Kundinnen und Kunden (95.000 jährlich allein in Österreich) an das SPAR Service Team	 M D C A J F B E G	<ul style="list-style-type: none"> • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Anzahl regionaler Lieferanten • Kundengesundheit & -sicherheit • Produkte mit reduziertem Fett-, Salz- & Zuckergehalt • Arbeitsbedingte Verletzungen • Standortentwicklung und -planung, Bauweise • Neue, anhand von Umwelt- und sozialen Kriterien überprüfte Lieferanten • Abfallmengen und Entsorgung • Energieverbrauch & -intensität, THG-Emissionen & Intensität
Lieferantinnen und Lieferanten	Online-Stakeholderbefragung Direkter Kontakt mit Sortimentsmanagerinnen und -managern	 M D C E B N G K	<ul style="list-style-type: none"> • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Anzahl regionaler Lieferanten • Kundengesundheit & -sicherheit • Abfallmengen und Entsorgung • Neue, anhand von Umwelt- und sozialen Kriterien überprüfte Lieferanten • Kooperationen mit Sozialorganisationen • Energieverbrauch & -intensität, THG-Emissionen & Intensität • Maßnahmen & Rechtsverfahren bzgl. Korruption, Kartell- & Monopolbildung, Umweltschutz, sozialen & wirtschaftlichen Gesetzen und Vorschriften
Mitarbeitende	Online-Stakeholderbefragung Mitarbeiter Befragung alle drei Jahre (zuletzt 2019. Nächste Befragung 2023, verschoben aufgrund von COVID-19)	 M C D J A N H G	<ul style="list-style-type: none"> • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Kundengesundheit & -sicherheit • Anzahl regionaler Lieferanten • Arbeitsbedingte Verletzungen • Produkte mit reduziertem Fett-, Salz- & Zuckergehalt • Kooperationen mit Sozialorganisationen

	<p>Dialog mit Vorgesetzten</p> <p>Postfach für Nachhaltigkeitsanliegen der Mitarbeitenden</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Neu eingestellte Angestellte & Fluktuation, Mitarbeiterbefragung • Energieverbrauch & -intensität, THG-Emissionen & Intensität
NGOs	<p>Online-Stakeholderbefragung</p> <p>Zusammenarbeit und Austausch im Zuge von verschiedenen Projekten</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Neue, anhand von Umwelt- und sozialen Kriterien überprüfte Lieferanten • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Kundengesundheit & -sicherheit • Arbeitsbedingte Verletzungen • Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert • Standortentwicklung und -planung, Bauweise • Anzahl regionaler Lieferanten • Produkte mit reduziertem Fett-, Salz- & Zuckergehalt • Energieverbrauch & -intensität, THG-Emissionen & Intensität • Kooperationen mit Sozialorganisationen
Politik und Behörden	<p>Online-Stakeholderbefragung</p> <p>Politik-Beobachtung mit Augenmerk auf aktuelle Nachhaltigkeitsthemen</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Standortentwicklung und -planung, Bauweise • Neue, anhand von Umwelt- und sozialen Kriterien überprüfte Lieferanten • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Kundengesundheit & -sicherheit • Kooperationen mit Sozialorganisationen • Abfallmengen und Entsorgung • Anzahl regionaler Lieferanten
Eigentümer	<p>Online-Stakeholderbefragung</p> <p>Regelmäßiger Austausch mit Mitgliedern des CSR-Boards und dem Leiter Nachhaltigkeit bei SPAR</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Servicelevel Großhandel & Out of stock Quote • Produkte mit reduziertem Fett-, Salz- & Zuckergehalt • Neue, anhand von Umwelt- und sozialen Kriterien überprüfte Lieferanten • Anzahl regionaler Lieferanten • Kundengesundheit & -sicherheit

2.3.3. Übersicht der SPAR-Ziele

Geltungsbereich	Ziel	Aktueller Status Ende 2021	Details auf Seite	Ziel erreicht
Alle Länder	SPAR verbant Frischeier aus Käfighaltung in allen Ländern bis 2025.	In Österreich und Slowenien sind Käfigeier nicht mehr im Sortiment von SPAR zu finden. SPAR Kroatien und SPAR Ungarn konnte 2021 den Anteil an Käfigeiern weiter reduzieren. Auch SPAR Italien arbeitet weiter intensiv an der Umstellung bis 2025.	S. 54	
Alle Länder	SPAR hält die Anzahl von Produktrückrufen aufgrund von Gesundheitsrisiken auf konstant niedrigem Niveau.	Insgesamt kam es in der SPAR HOLDING im vergangenen Jahr zu 31 vorbeugenden Produktrückrufen aufgrund möglicher Gesundheitsgefährdungen. Die Zahl blieb relativ konstant im Vergleich zu den Vorjahren.	S. 58	
Österreich	Bis Ende 2021 spart SPAR 2.000 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Marken ein (Basisjahr 2017)	Mit Ende 2021 hat SPAR Österreich 2.350 Tonnen Zucker im Vergleich zu den Produkt-Rezepturen von 2017 eingespart. Das Programm wird weitergeführt, jedoch ohne neue Zielsetzung.	S. 30	
Österreich	SPAR steigert jährlich den Umsatz von Bio-Produkten unter SPAR-Marken um 10 Prozent und die Anzahl um fünf Prozent.	Sowohl bei Umsatz als auch bei Artikelanzahl von Bio-Markenprodukten konnte SPAR 2021 abermals zulegen. Die Corona-Pandemie hat noch mehr Kundinnen und Kunden zu Bio-Produkten greifen lassen. Insgesamt bietet SPAR nun rund 1.560 Bio-Produkte unter SPAR-Marken an und konnte das Umsatzziel deutlich übertreffen. Genauere Angaben werden aus Wettbewerbsgründen nicht gemacht.	S. 35	
Slowenien	Bis 2021 spart SPAR 120 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Marken ein (Basisjahr 2018).	Bis Ende 2021 hat SPAR Slowenien 122 Tonnen Zucker aus SPAR-Markenprodukten entfernt und damit das gesteckt Ziel deutlich erreicht.	S. 30	
Slowenien	SPAR spart 50 Tonnen Salz in SPAR-Markenprodukten bis 2021 ein (Basisjahr 2018).	SPAR Slowenien hat als erstes Land der SPAR HOLDING auch Reduktionsziele für Salz veröffentlicht. Zwischen 2018 und 2021 konnten 51 Tonnen Salz aus SPAR-Markenprodukten entfernt werden, das Ziel von 50 Tonnen bis Ende 2021 wurde also erreicht.	S. 35	
Ungarn	Ab 2019 spart Ungarn jährlich 50 Tonnen Zucker in SPAR-Markenprodukten ein.	2021 hat SPAR Ungarn zahlreiche Rezepturen von SPAR-Markenprodukten angepasst und dadurch 88 Tonnen Zucker eingespart.	S. 34	
Österreich	SPAR hält das Fischsortiment lt. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.	Der WWF Österreich hat erneut bestätigt, dass alle Fischprodukte unter SPAR-Marken sowie 99 Prozent des gesamten SPAR-Fischsortiments aus verantwortungsvollen Quellen stammen.	S. 53	

Alle Länder	Bis 2030 werden alle Verpackungen von SPAR-Marken recyclingfähig sein.	SPAR verpflichtet sich den Plänen zur europäischen Kreislaufwirtschaft und plant daher die zunehmende Recyclingfähigkeit von Verpackungen der SPAR-Marken. Kennzahlensysteme werden dazu gerade aufgebaut, aufgrund noch fehlender gesetzlicher Definition von Recyclingfähigkeit fehlen jedoch noch KPIs.	S. 37	
Alle Länder	Bis 2025 spart SPAR 20 Prozent der inverkehrgesetzten Kunststoff-Verpackungen ein (Basisjahr 2020).	SPAR verpflichtet sich den Plänen zur europäischen Kreislaufwirtschaft und plant daher die zunehmende Recyclingfähigkeit von Verpackungen der SPAR-Marken. Kennzahlensysteme werden dazu gerade aufgebaut.	S. 37	
Alle Länder	SPAR hebt den Anteil von Recyclat in Verpackungen von SPAR-Lebensmittel- und NearFood-Marken auf mindestens 20 Prozent, bei SPAR-Non-Food-Marken auf 100 Prozent bis 2030.	SPAR verpflichtet sich den Plänen zur europäischen Kreislaufwirtschaft und plant daher die zunehmende Recyclingfähigkeit von Verpackungen der SPAR-Marken. Kennzahlensysteme werden dazu gerade aufgebaut.	S. 37	
Alle Länder	SPAR informiert Konsumenten auf SPAR-Marken-Verpackungen zunehmend über Packstoffe, um die korrekte Trennung zu erleichtern.	In Italien werden bereits alle DESPAR-Produkte mit entsprechenden Trennhinweisen versehen, SPAR Ungarn hat ein Projekt zur Kennzeichnung gestartet. In Österreich wird der Recyclingcode weitestgehend auf Eigenmarkenprodukten angebracht.	S. 37	
Hervis	Bis 2025 wird Hervis in allen Hervis-Markentextilien auf Per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC) verzichtet.	Seit 2021 sind alle Outdoor- und Skitextilien der Hervis-Marken frei von PFC. Das Ziel wurde somit frühzeitig erreicht.	S. 54	
Alle Länder	SPAR reduziert die Treibhausgas-Emissionen relativ zur Verkaufsfläche 2050 um 90 Prozent.	Die SPAR Holding reduzierte die Treibhausgas-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 20,25 Prozent in Relation zur Verkaufsfläche und übererfüllt das selbstgesteckte Ziel. Die absolute Reduktion der Emissionen betrug 17,75% und liegt damit deutlich über den 4,2% p.a., die für die Übereinstimmung mit dem Pariser Klimaschutzziel notwendig wäre. Ab dem Jahr 2022 wird SPAR neue, absolute Klimaziele setzen und verfolgen.	S. 88	
Alle Länder	Nahezu 100 Prozent der benötigten Energie stammen bis 2050 aus erneuerbaren Quellen (inkl. eigener Logistik).	Der gesamte in Österreich, in Slowenien verbrauchte Strom sowie der Großteil des in Italien verbrauchten Stroms stammt aus erneuerbaren Quellen, zudem steigert SPAR laufend die Energieproduktion der eigenen Photovoltaik-Anlagen. Herausfordernd ist noch die Umstellung der Logistik, da alternative Antriebe für Lkw erst am Markt eingeführt werden.	S. 87	
Alle Länder	Bei Neu- und Umbauten von SPAR-Gebäuden kommen ab 1.1.2022 nur mehr Kältemittel mit einem GWP unter 150 zum Einsatz.	In Neubauten kommen derzeit bereits vorrangig Kälteanlagen mit dem Kältemittel CO ₂ zum Einsatz. Ab 1.1.2022 wird dies im Konzern verpflichtend.	S. 89	
SES Österreich	SES errichtet bis 2050 auf 50 Prozent der verfügbaren Dachfläche von SES-Shopping Centern und INTERSPAR-Märkten Photovoltaik-Anlagen.	Bisher hat SES am MURPARK Graz und auf der WEBERZEILE Ried (nicht im Berichts-Scope) PV-Anlagen umgesetzt, 2022 wird der Ausbau am Shopping-Center Mariandl umgesetzt.	S. 87	

Italien	SPAR rollt die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO 14001 schrittweise auf alle Standorte aus.	2021 wurden bestehende Zertifizierungen nach ISO14001 erneuert. Das Logistikzentrum in Monselice sowie weitere sieben Märkte wurden in die Audits aufgenommen.	S. 85	
Österreich, Slowenien	SPAR in Österreich und Slowenien, sowie Hervis für Österreich und Deutschland sowie SES für österreichische Shopping-Center führen eine Zertifizierung nach ISO50001 Energiemanagement ein und halten die Zertifizierung aufrecht.	SPAR Österreich, SPAR Slowenien, Hervis für Österreich und Deutschland sowie SES Spar European Shopping Centers für Shopping Center und INTERSPAR Österreich betreiben ein Energiemanagementsystem nach ISO50001 und haben aufrechte Zertifizierungen. 2022 werden die SES-Standorte in Slowenien und Italien einer Zertifizierung unterzogen SPAR Italien betreibt ein Umweltmanagementsystem nach ISO14001. SPAR Ungarn führt Energieaudits durch.	S. 83	
Alle Länder	SPAR hält die Beteiligung an der Mitarbeiter-Befragung konstant auf über 80 Prozent.	An der letzten Mitarbeiterbefragung im Jahr 2019 nahmen 78 Prozent der Mitarbeitenden teil und damit etwas weniger als geplant. Die nächste Befragung findet 2023 statt.	S. 69	
Österreich	Über 80 Prozent der Mitarbeitenden empfehlen SPAR It. Mitarbeiter-Befragung als Arbeitgeber weiter.	Im Jahr 2019 haben 85 Prozent aller Befragten SPAR als Arbeitgeber weiterempfohlen. Die nächste Befragung findet 2023 statt.	S. 69	
Österreich	Über 80 Prozent der Führungskräfte im Vertrieb haben die für ihre Position definiert Soll-Ausbildung absolviert.	Während des Jahres 2021 konnte SPAR zahlreiche Schulungen auf Onlineangebote umstellen und ein Online-Schulungsprogramm weiter ausbauen. Im Jahr 2021 haben 80,6% der Führungskräfte haben ihre Soll-Ausbildung erfolgreich absolviert.	S. 68	
Österreich	SPAR hält die Anzahl der Standorte, die Lebensmittel an soziale Organisationen spenden bei nahezu 100 Prozent (bezogen auf alle Standorte in deren Umgebung es eine Sozialeinrichtung gibt).	SPAR kooperiert intensiv mit Sozialorganisationen, die unverkäufliche Lebensmittel abholen.	S. 107	

 Ziel erreicht,  Ziel nicht erreicht,  Ziel auf Kurs,  Ziel nicht auf Kurs



3. Ökonomische Nachhaltigkeit

Die SPAR HOLDING ist äußerst erfolgreich in ihren Geschäftsfeldern. Insbesondere im Lebensmittelhandel und dem Sport- und Modehandel besteht ein hoher Wettbewerbsdruck durch wenige, starke Handelsunternehmen. SPAR ist unter den Top-Playern in den bearbeiteten Geschäftsfeldern und Ländern. Basis dafür ist eine klare Wachstumsstrategie und ein solides Wertesystem.

3.1. Wirtschaftliche Entwicklung und Marktposition

GRI 103-1

<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wachstumsführerschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir wachsen stärker als der relevante Mitbewerb ○ Wir wachsen durch Expansion und durch Steigerung der Flächenproduktivität <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effektivität und Effizienz in Prozessen und Projekten • Expansion und Standortentwicklung <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkrete Zielsetzungen werden aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht. <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 201 Wirtschaftliche Leistung <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

SPAR ist bedeutender Arbeitgeber für rund 90.000 Mitarbeitende, einer der wichtigsten Vertriebspartner für Lebensmittelproduzenten und Landwirtschaft, wesentlicher Player unter den Sporthändlern und gesellschaftlicher Treffpunkt für Besucher der Shopping-Center. Ein sicheres wirtschaftliches Fortbestehen des Unternehmens ist also im Interesse zahlreicher Stakeholder. Der Fortbestand des Unternehmens ist direkt abhängig von der positiven wirtschaftlichen Entwicklung. Die SPAR HOLDING AG hat für ihre drei strategischen Geschäftsbereich Lebensmittelhandel, Sportfachhandel und Shopping-Center klare strategische Stoßrichtungen formuliert, die jeweils mit Zielen für die einzelnen Organisationseinheiten und einer regelmäßigen internen Erfolgskontrolle verknüpft sind:

GRI 103-3

Standorte und das gesamte Unternehmen unterliegen einer laufenden Modernisierung.

7. Social Leadership: SPAR ist der attraktivste Arbeitgeber, wird als modern, menschenfreundlich und unkompliziert wahrgenommen und nimmt die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Kunden, Lieferanten, Umwelt, Mitarbeitenden, Politik und Eigentümern wahr.

Diese Stoßrichtungen verfolgt SPAR gleichermaßen. Die Stoßrichtungen sind in einer Balanced Score Card mit Kennzahlen festgehalten und werden regelmäßig berichtet. zu konkreten Zielsetzungen erfolgt aus Wettbewerbsgründen keine öffentliche Berichterstattung.

GRI 103-2

1. Wachstumsführerschaft: Wachstum stärker als der Mitbewerb durch Expansion und Steigerung der Flächenproduktivität
2. Konzeptführerschaft in jedem Vertriebstyp, die jeweiligen Shopkonzepte werden von Kunden als führend wahrgenommen.
3. Sortiments- und Produktführerschaft: SPAR führt das attraktivste Sortiment, ist erster Anbieter neuer Produkte, erkennt Trends frühzeitig und führt bei Qualität, Regionalität und Frische.
4. Preisführerschaft bei Markenartikeln und SPAR-Marken: SPAR ist gleich günstig oder günstiger als der Mitbewerb, hat starke Aktionspreise und nimmt die Preiswahrnehmung aus Kundensicht als wichtiges Kriterium für Preisführerschaft wahr.
5. Kostenführerschaft: Die SPAR HOLDING hat wesentliche Kostenarten und -treiber im Blick.
6. Innovations- und Themenführerschaft: Die SPAR HOLDING nimmt die Rolle als Trendsetter wahr und besetzt gesellschaftlich bedeutende Themen proaktiv.

Die Sparte SPAR-Lebensmittelhandel strebt weiteres nachhaltiges Wachstum an. Mit einem jährlichen Umsatzwachstum über dem Branchendurchschnitt wurde in jeder Landesorganisation, im jeweiligen Einzugsgebiet, eine Top 3-Position unter den Lebensmittelhändlern erreicht. Durch die erfolgreiche Umsetzung der intern definierten sieben strategischen Stoßrichtungen wird die Marktposition gefestigt und ausgebaut. Nachhaltig gelebte Regionalität, hohe Preisaggressivität, das beste Preis-/Leistungsverhältnis und der weitere Ausbau der Non-Food-Kompetenz mit konzernaler Ausrichtung sind dabei wesentliche Erfolgsfaktoren.

Hervis zählt zu den größten heimischen Sportfachhandelsketten. Sie befindet sich national und international auf engagiertem Wachstumskurs und ist Innovationsführer bei Multichannel- und Filialkonzepten. Die Sortimentsbastionen der Hervis sind Rad, Outdoor, Running und die Kategorie „Winter“. Aufgrund des starken Wettbewerbs im Bereich der Sportfachhändler können keine Angaben zu strategischen Ausrichtungen oder konkreten Zielsetzungen veröffentlicht werden.

GRI 201-1

Die SES Spar European Shopping Center schafft und betreibt beliebte urbane Shopping-Destinationen: angefangen bei Nahversorgungs- und Stadtteilcentern über multifunktionale Innenstadtquartiere bis hin zu überregionalen Shopping-Magneten. Die Immobilienexpertise bringt die SES auch in die Beratung von Kommunen und in die Stadtentwicklung ein. Ziel der SES ist es, pulsierende Treffpunkte mit höchster Kundenrelevanz, zeitlos-moderner Architektur und einem trendigen Angebot an Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Entertainment und Services zu schaffen, die das Leben bereichern. Erfolgsfaktor ist dabei die Handelserfahrung, die SES als Teil der

SPAR-Gruppe einbringt und so Anforderungen von Shoppartnern sowie Kundschaft versteht und verknüpft. SES zielt darauf ab, die Nummer 1 in der Region zu sein. Urbanität, langfristige Partnerschaften, gegenseitiges Vertrauen und wohlüberlegte Investitionsentscheidungen sind Kern der Erfolgsstrategie. Im Geschäftsjahr 2021 hat SPAR ein EBT von 334 Mio. Euro erwirtschaftet. Die wirtschaftlichen Ergebnisse der SPAR HOLDING werden jährlich im Konzern-Lagebericht nach IFRS veröffentlicht und können unter www.spar.at/unternehmen abgerufen werden.

3.2. Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten

GRI 103-1



<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Leadership <ul style="list-style-type: none"> ◦ Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw. <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire Handelspraktiken <p>Beitrag zu SDGs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziel 16. Friedliche und inklusive Gesellschaften <ul style="list-style-type: none"> ◦ 16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 205: Korruptionsbekämpfung (2016) • GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten (2016) • GRI 307: Umwelt-Compliance (2016) • GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016) <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen • 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung • 307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen • 419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich
--

GRI 103-3

GRI 103-2

Der Handel, insbesondere in einem konzentrierten Markt wie Österreich, bedingt harte Wettbewerbsbedingungen und strenge Preisverhandlungen, die im Sinne der Konsumenten zu fairem Wettbewerb führen sollen. Die Bedingungen für diese Geschäftsbeziehungen werden unter anderem im Wettbewerbsrecht geregelt. SPAR verpflichtet sich zur Einhaltung dieser gesetzlichen Basis und hat in der Vergangenheit durch juristische Klärungen bis zum obersten Gerichtshof zur Klarheit beigetragen, was im Rahmen von Verhandlungen erlaubt ist und was nicht. Im Zuge dieser Verfahren hat SPAR im Jahr 2016 auch Kartellstrafen in Österreich hinnehmen müssen. Aus

den Verfahren konnten wichtige Handlungsfelder abgeleitet und Maßnahmen zur Einhaltung der nun geklärten Rechtsrahmen gesetzt werden. SPAR verpflichtet sich den Vorgaben der EU zu Unfair Trading Practices und hat in Österreich bereits 2018 eine Selbstverpflichtungserklärung unterzeichnet, die gemeinsam von Landwirtschaftsministerium und Bundeswettbewerbsbehörde erarbeitet wurde. Die SPAR Österreich-Gruppe hat in den vergangenen Jahren in den zuständigen Gesellschaften die Kartellrechts-Compliance im Sortimentsmanagement des Lebensmittelhandels wesentlich verstärkt und weiterentwickelt. Für Sortimentsverantwortliche im Lebensmittelhandel gibt es entsprechend Kartellrechts-

GRI 205-3
GRI 206-1
GRI 307-1
GRI 419-1

Compliance Standards und es werden in diesem Zusammenhang im Sortimentsmanagement weitere Maßnahmen wie etwa jährliche Schulungen und ein jährlicher Online-Test durchgeführt. Alle Sortimentsmanager und betroffenen Mitarbeiter im Einkauf wurden von den jeweiligen Bereichsleitern über Aufforderung des Compliance-Managers nominiert und haben die entsprechende Schulung, einen Online-Test zu absolvieren und die Inhalte regelmäßig aufzufrischen, um ihr Verhalten eigenverantwortlich an den gesetzlichen Bestimmungen und den strengen internen Kartellrechts-Compliance-Standards auszurichten. Darüber hinaus hat SPAR den Lieferanten des Sortimentsmanagements die kartellrechtlichen Grundprinzipien als Grundlage der Geschäftsbeziehungen schriftlich zur Kenntnis gebracht. Über den Einkauf hinaus unterliegt SPAR in der gesamten Geschäftstätigkeit vielfältigen gesetzlichen Regelungen zu Umwelt-, Arbeitsrecht sowie Produktsicherheit und -kennzeichnung. Die Einhaltung dieser Gesetze obliegt

den Fachabteilungen, die dabei von den Rechtsabteilungen in den Ländern unterstützt werden.

Im Jahr 2021 wurden keine Korruptionsvorfälle und keine Beantstandungen aufgrund von Nichteinhaltung von Umwelt- oder Sozialgesetzen bekannt. In Kroatien ist ein Verfahren des kroatischen Kartellamts anhängig aufgrund des Gesetzes gegen unlautere Handelspraktiken in Bezug auf den angeblichen Verkauf von drei Produkten unter Einkaufspreis im Rahmen eines Rabattmarkerl-Programms. Im Fall von zwei Produkten wurde das Verfahren aufgrund eines rechtskräftigen Bescheid des Zollamt bereits abgewiesen. Für das dritte Produkt hat SPAR eine Kartellstrafe von 1,3 Mio. HRK erhalten, die SPAR jedoch aufgrund der bereits erfolgreichen Abweisung bei den beiden anderen Produkten anfechtet. Ein Urteil des Verwaltungsgerichts ist noch ausständig.



4. Verantwortungsvoll hergestellte Produkte

Der größte Hebel für umwelt- und gesellschaftsbewusstes Verhalten liegt in der Zusammenstellung des Warenangebots auf Basis von nachhaltigen Standards. SPAR achtet einerseits auf hohe Standards in der Lieferkette im Lebensmittelhandel, bei Hervis und bei SES. Andererseits sollten auch die verkauften Produkte zu einem bewussten Lebensstil beitragen. Besonderen Fokus legt SPAR bei Standards auf die SPAR-Marken, die einen großen Teil des SPAR-Sortiments ausmachen und auf deren Produktionsbedingungen und Herkunft SPAR den größten Einfluss hat. Zudem legt SPAR speziell im Lebensmittelhandel besonderen Wert auf kurze Lieferwege und kauft daher vorrangig von regionalen Produzenten ein.

4.1. Regionaler Einkauf



SPAR Slowenien hat 2021 eine eigene Werbekampagne mit dem Titel „TO SMO MI“ („Das sind wir“) den lokalen slowenischen Herstellern gewidmet. 70 Prozent der bei SPAR Slowenien angebotenen Produkte kommen von slowenischen Herstellern.

Strategische Stoßrichtung

- Sortiments- und Produktführerschaft
 - Wir sind bei neuen Produkten die ersten Anbieter, vor allem im saisonalen Bereich
 - Wir fördern regionale Produkte

Handlungsfelder

- Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln
- Regionaler Einkauf und Wertschöpfung

Ziele

- Effiziente Logistikprozesse einsetzen
- Regionale Lieferketten für Lebensmittel erhalten bzw. aufbauen
- Effiziente Geschäftsprozesse einsetzen und Synergieeffekte nutzen

Beitrag zu SDGs

- Ziel 8. Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.
 - 8.3 Entwicklungsorientierte Politiken fördern, die produktive Tätigkeiten, die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsplätze, Unternehmertum, Kreativität und Innovation unterstützen, und die Formalisierung und das Wachstum von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen unter anderem durch den Zugang zu Finanzdienstleistungen begünstigen.

Kennzahlen

- SPAR-KPI Österreich: Anzahl regionaler Lieferanten

GRI 103-1

GRI 103-2

Insbesondere Lebensmittel im SPAR-Sortiment haben einen starken Bezug zu ihrer Herkunft – für viele Kundinnen und Kunden ist die Herkunft von Lebensmittel ein wichtiges Kaufkriterium, insbesondere bei landwirtschaftlichen Produkten. Regional angebaute oder produzierte Lebensmittel werden stärker nachgefragt, als importierte Artikel. Hintergrund ist einerseits, dass diese Produkte den regionalen Essgewohnheiten entsprechen und für die regionale Küche benötigt werden, andererseits Konsumenten die regionale (Land)Wirtschaft stärken

möchten. Zusätzlich sind die Lieferketten bei regionalem Bezug stabiler, da sie nicht von internationalen Einflüssen abhängig sind, wie die Corona-Pandemie oder auch der Ukraine-Krieg aufgezeigt haben.

Die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten ist daher für SPAR seit Jahrzehnten wichtiger Erfolgsfaktor. Strategischer Vorteil der SPAR ist die regionale Struktur mit Organisationseinheiten in den Regionen, in denen nicht nur die Warenauslieferung abgewickelt wird, sondern auch in eigenen Einkaufsabteilungen

GRI 103-3

regionales Sortiment gestaltet wird. Jede SPAR-Organisation in den Ländern betreibt eine nationalen Zentraleinkauf, der das Sortiment des jeweiligen Landes gestaltet und SPAR-Markenartikel entwickelt. In der Konzenzentrale in Salzburg wird der Austausch dieser nationalen SPAR-Markenartikeln forciert und koordiniert. In Ländern mit großen SPAR-Strukturen wie Österreich und Italien gibt es zusätzlich zum nationalen Sortiment auch Einkaufsabteilungen in den regionalen Zweigniederlassungen, die zusätzlich zum nationalen Sortiment Artikel aus ihrer Region für die Märkte in ihrer Region. Damit kann SPAR auf regionale Unterschiede im Einkauf eingehen, bei Basis-Artikeln internationale Einkaufsvorteile nutzen und gleichzeitig den Kundenanspruch nach regionalen und sogar lokalen Produkten bedienen. Obst und Gemüse kommt somit in der Saison aus dem jeweiligen Land, Brot und Milchprodukte von der nächstgelegenen Bäckerei oder Molkerei und auch regionstypische Spezialitäten unter SPAR-Marken sind ein Schwerpunkt in den SPAR-Regalen. Die Mitarbeitenden im Einkauf haben direkten Bezug zu regionalen Spezialitäten und ihren Produzenten. Für Konsumenten sind viele dieser Lebensmittel in den Märkten einfach zu erkennen, denn sie werden mit regional bekannten Logos direkt am Regal ausgezeichnet.

4.1.1. Regionale Lebensmittel

Österreich: Naheliegend

GRI 204-1

In Österreich suchen Regionalitätsverantwortliche in allen sechs SPAR-Zentralen laufend nach den besten Lebensmitteln der Region. Rund 28.000 lokale und regionale Produkte von über 2.000 heimischen Lieferanten (Stand 2021) führt SPAR insgesamt in Österreich, viele davon von kleinstrukturierten Landwirtschaften, die nur ausreichend für wenige Märkte produzieren können. Aber auch mit größeren heimischen Lieferanten arbeitet SPAR eng zusammen, so kommt beispielsweise die SPAR-Milch aus der jeweiligen größeren Molkerei des Bundeslandes und wird für Kunden auch deutlich mit dem Bundeslandwappen gekennzeichnet. Frischfleisch in Bedienung, Frischmilch und Eier bezieht SPAR zu 100 Prozent aus Österreich. Zusätzlich bietet jeder SPAR-Markt Brot von lokalen Bäckern. INTERSPAR fördert darüber hinaus lokale Manufakturen aus nächster Nähe, die jeweils nur wenige Standorte beliefern können und kennzeichnet ihre Produkte mit dem Logo „Von dahoam das Beste!“.

SPAR forciert auch neue Produkte, die bisher nicht oder nicht mehr in Mitteleuropa angebaut oder produziert wurden. Dazu kooperiert SPAR einerseits mit Landwirten, die beispielsweise Linsen oder Wassermelonen in der Region anbauen und somit Importe verringern. Andererseits fördert SPAR Startups in eigenen Programmen, um innovative Jungunternehmern in der Region zu stärken und regionale Wertschöpfung zu fördern.

Die Umsetzung von regionalen Sortimenten und Förderung von regionaler Produktion wird regelmäßig in der Anzahl von regionalen Lieferanten und deren Produkte gemessen. Schwierigkeit dabei ist die Definition der regionalen Artikel, also ob beispielsweise ein regional verarbeitetes Lebensmittel regional ist, auch wenn die Hauptzutaten nicht regional angebaut werden. SPAR Österreich hat dazu die Definition 2021 überarbeitet und die Kennzahl überarbeitet. In allen Ländern werden Umsätze der Startups aus den Förderprogrammen gemessen und auf dieser Basis die Entscheidung zum Verbleib im Sortiment getroffen. Auch im Bereich der SES-Shopping-Center wird auf zahlreiche innovative regionale Partner und Start-ups gesetzt. Umsatzzahlen werden jedoch aus Wettbewerbsgründen nicht auf Detailebene publiziert.

Auch im Bereich der SES-Shopping-Center wird auf zahlreiche innovative regionale Partner und Start-ups gesetzt, die den Shopmix eines Centers unverwechselbar werden lassen.



Am 25. Juni 2021 stellten lokale Produzentinnen und Produzenten ihre Produkte direkt in den INTERSPAR-Hypermärkten vor.

Um für Kunden auch deutlich zu machen, in welchen verarbeiteten Produkten Rohstoffe aus österreichischer Landwirtschaft stammen, kennzeichnet SPAR diese Lebensmittel mit der Österreich-Flagge. Damit erfüllt SPAR die Forderungen vieler Konsumenten nach klarer Angabe zur Herkunft von Hauptzutaten.



Beispielsweise bei Joghurts und Käse kennzeichnet SPAR klar, woher die verarbeitete Milch stammt.

Italien: Sapori del nostro territorio

Die italienische Küche ist weltbekannt für traditionelle Gerichte, hergestellt aus regionalen Lebensmitteln. In den Regionen Veneto, Friaul, Trentino, Südtirol und Emilia Romagna hebt DESPAR diese regionalen Produkte mit einer Kennzeichnung unter dem Motto „Sapori del nostro territorio“ hervor.



DESPAR hebt mit der Kennzeichnung „Sapori del nostro territorio“ regionale Produkte hervor.

Als erstes großes Handelsunternehmen in Italien nimmt DESPAR am Projekt „Veneto Land of Venice“ teil, dessen Ziel es unter anderem ist, regionaltypische Produkte zu fördern. Auch in der Region Friaul engagiert sich ASPIAG Service für das regionale Projekt „Io sono Friuli Venezia Giulia“, das regionale Produzentinnen und Produzenten fördert, indem ihre Produkte eigens gekennzeichnet werden.

Zusätzlich werden die regionalen Lebensmittel bei Verkostungen in den Märkten und bei Kundenbesuchen in den Produktionsbetrieben vorgestellt. Zur Bewerbung und Vorstellung regionaler Produkte tourt ASPIAG Service mit Informations-Trucks durch die Regionen. Aufgrund der andauernden Pandemie wurden Informationsveranstaltungen, die üblicherweise in diesen Trucks stattfinden, vermehrt online abgehalten, um den Kundinnen und Kunden die Inhalte auch in den eigenen vier Wänden zur Verfügung zu stellen.

Kroatien: Da, domaće je!

Neben der Zusammenarbeit mit allen großen kroatischen Lebensmittelherstellern, unterstützt SPAR Kroatien eine Vielzahl kleinerer, regionaler Produzentinnen und Produzenten

sowie landwirtschaftliche Familienbetriebe. Im Rahmen ihrer Kapazitäten, bekommen diese auch die Chance, für SPAR-Marken zu produzieren. 2021 wurden hundert SPAR-Markenprodukte in Kroatien neu entwickelt, drei Viertel davon in Zusammenarbeit mit kroatischen Produzenten. Regionalen Betrieben wird so sowohl mit eigenen Marken als auch unter SPAR-Marken, der Zugang zum Markt erleichtert.

Mit der Kampagne „Da, domaće je!“ (Ja, es ist heimisch) positioniert sich SPAR in Kroatien erneut als Händler mit den meisten heimischen Produkten. Dank der Initiative, die stetig um neue Produkte erweitert wird, hat eine Vielzahl einheimischer Betriebe leichteren Zugang zu den Kundinnen und Kunden erhalten. Unter der SPAR-Marke „SPAR Vrtovi Hrvatske“ („SPAR Aus den Gärten Kroatiens“) vertreibt SPAR seit 2018, Obst und Gemüse, das zu hundert Prozent aus Kroatien stammt. Die Produktlinie wird stetig erweitert, mit dem Ziel Produkte möglichst vieler landwirtschaftlicher Familienbetriebe mitaufzunehmen. So sind auch 2021 fünf neue Produkte hinzugekommen (z.B. Freiland Eier aus Slawonien und Istrien sowie Kartoffeln aus der Region Lika).

In einem Projekt des Landwirtschaftsministeriums und einer der auflagenstärksten Tageszeitungen Kroatiens, werden jedes Jahr im Herbst, die besten landwirtschaftlichen Familienbetriebe ausgezeichnet. Preise gibt es für den besten landwirtschaftlichen Familienbetrieb, den besten Jungunternehmer bzw. die beste Jungunternehmerin mit Zukunft und den Betrieb mit den meisten Stimmen der Leserinnen und Leser. SPAR Kroatien unterstützt die Aktion und hat 2021 die Schirmherrschaft übernommen, um sich noch mehr für die Stärkung der heimischen Landwirtschaft einzusetzen.

Wegen der hohen Frischfleischimporte in Kroatien, ist SPAR besonders stolz darauf, den Kunden auch frisches und qualitativ hochwertiges Rindfleisch des Verbandes kroatischer Fleischproduzenten anbieten zu können, der mit seinem Siegel die Herkunft garantiert.

Slowenien: To Smo Mi

SPAR Slowenien startete 2021 eine neue Kampagne für heimische slowenische Produkte. Unter dem Titel „TO SMO MI“ präsentiert SPAR lokale Spezialitätenlieferanten und weist darauf hin, dass 70 Prozent der angebotenen Produkte von slowenischen Lieferanten stammen. (<https://www.varuhverigehrane.si>). Vorzeige-Lieferanten wie Bierbrauer, Gemüsebauern oder Käsereien wurden vor den Vorhang geholt, um heimische Produkte den Konsument:innen noch schmackhafter zu machen.



Slowenische Produkte kennzeichnet SPAR mit „PRIDELANO V SLOVENIJI“ (Produziert in Slowenien direkt am Regal).

Bereits seit mehreren Jahren kennzeichnet SPAR in Slowenien Produkte aus der Region mit dem bekannten Logo „NAREJENO V SLOVENIJI“. Das Zeichen zierte sowohl SPAR-Marken als auch eigene Regionalitätsstände in ausgewählten Märkten. Vorreiter ist SPAR Slowenien bei Geflügelfleisch. 2019 wurde erstmals Hühnerfleisch aus Slowenien unter der SPAR-Eigenmarke eingeführt. Das Fleisch stammt aus slowenischer Landwirtschaft und die Hühner wurden mit zertifiziert slowenischem Futter ohne Gentechnik gefüttert.



Drei slowenische Spitzenköche mit insgesamt drei Michelin-Sternen haben regionale slowenische Rezepte abgewandelt und zu edlen Convenience-Produkte kreiert, die unter der Marke SPAR PREMIUM erhältlich sind.

2021 hat SPAR Slowenien neue regionale Produkte unter der Marke SPAR PREMIUM auf den Markt gebracht. In einer Länder-Edition der Marke haben drei slowenische Spitzenköche regionale slowenische Rezepte abgewandelt und daraus insgesamt 16 edle Convenience-Produkte kreiert. Küchenchef Uroš Štefelin veredelte beispielsweise einen traditionellen Štruklji (gekochter Strudel), Chef Uroš Fakuč füllte Dinkel-Ravioli mit gereiftem Tolminc-Käse mit geschützter Ursprungsbezeichnung und Chef Gregor Vračko verarbeitete Krškopolje-Schwein in einem Aufstrich. Alle Produkte mit slowenischen Zutaten und aus slowenischen Produktionsbetrieben sind unter SPAR PREMIUM erhältlich.

Ungarn: Neues regionales Lieferantensystem

Und auch SPAR Ungarn setzt zunehmend auf regionale Lieferanten. So wurde beispielsweise über viele Jahre hinweg die ungarische Landwirtschaft aufgebaut und gefördert.

2021 wurde von SPAR Ungarn ein neues, umfassendes Partnerschaftsprogramm für ungarische Kleinerzeuger und -unternehmen gestartet. Ziel ist es, bis inklusive 2022, mindes-

tens hundert neue Partnerschaften mit regionalen Lieferantinnen oder Lieferanten einzugehen und deren Produkte ins Sortiment aufzunehmen. Dazu wurden drei neue regional Verteilerzentren eingerichtet in Székesfehérvár, Zalaegerszeg und Hódmezővásárhely, die diese lokalen Lieferanten anwerben und koordinieren. Weitere drei solcher Zentren sollen folgen. Im Rahmen dieses Programms bietet SPAR Ungarn lokale Spezialitäten von heimischen Kleinbetrieben oder sogar von primären Produzenten an, die normalerweise aufgrund ihrer Betriebsgrößen nicht die Möglichkeit hätten, ihre Produkte einer Großhandelskette anzubieten. Die lokalen Produkte stammen immer aus der nahen Umgebung der jeweiligen Märkte, die diese Produkte im Sortiment führen. Das spart Transportwege und schafft noch frischere Produkte.



In den Märkten sind die Produkte der regionalen Betriebe mit einem roten Apfel und der Aufschrift „Régiók Kincsei“ („Schätze der Regionen“) gekennzeichnet.

Die Anmeldung für das Programm zur Förderung der überwiegend landwirtschaftlichen Betriebe und Familienbetriebe ist niederschwellig online möglich: <https://beszport.spar.hu/hu/regiok-kincsei>. Die Ausweitung des Logistiksystems auf sechs Regionalzentralen ist ein wesentlicher Teil des Programms und verbessert die Vermarktungsmöglichkeit regionaler Produkte, dank kürzerer Wege, zusätzlich.

Unter dem Namen „HAZAI.SZERETEM“ („SPAR HEIMISCH. ICH LIEBE ES“), führte SPAR Ungarn im August 2021 eine SPAR-Markenlinie für die traditionelle ungarische Geschmackswelt ein. Die Marke ist 2021 mit 50 Produkten gestartet, weitere Produkte sind bereits in Arbeit. Die Produkte sind immer komplett in Ungarn verarbeitet und je nach Herkunft der Rohstoffe unterschiedlich gekennzeichnet:

- ungarisches Produkt: Alle Rohstoffe stammen aus Ungarn.
- heimisches Produkt: Mehr als die Hälfte der Rohstoffe stammt aus Ungarn.
- Produkt mit heimischer Verarbeitung: weniger als die Hälfte der Rohstoffe stammen aus Ungarn, die Verarbeitung geschieht in Ungarn.

4.1.2. Förderung von Innovationen und Unternehmergeist

SPAR fördert Startups als wichtige regionale Lieferanten in vielen Ländern durch eigene Programme. Ziel dieser Maßnahmen ist es, das SPAR-Sortiment für Konsumenten attraktiv zu halten durch laufende Innovation und für Startups als attraktiver Vertriebspartner mit hunderten Outlets zur Verfügung zu stehen. Durch langfristige Partnerschaften und Exklusivität profitieren beide Unternehmensseiten.

Štartaj Slovenija

Gemeinsam mit der Formitas-Werbeagentur und dem Medienhaus Pro Plus führt SPAR in

Slowenien seit sechs Jahren den Startup-Wettbewerb Štartaj Slovenija durch, der im reichweitenstarken Privat-TV-Sender Pop-TV ausgestrahlt wird. Acht Startups stellen in der Show ihre insgesamt 21 Produkte vor und erhalten Regalplätze in INTERSPAR-Märkten in Slowenien. Das erfolgreichste Produkt wird jährlich von einer Jury und Kunden gewählt. Den Titel Hit-Produkt des Jahres 2021 verdienten sich die Teigwaren aus Süßkartoffeln Batasta der Jungunternehmer Martina Wanis und Jan Šlamberger. Martina und Jan starteten ihre Pasta-Produktion aus Süßkartoffeln, als sie feststellten, dass ein großer Teil der

Ernte wegen der Größe und der Form nicht geeignet war für den Verkauf in den Märkten. Sie entschlossen sich, diese Süßkartoffeln nicht wegzuerwerfen und aus ihnen ein einzigartiges nachhaltiges Produkt herzustellen. Sie kreierte Teigwaren aus Süßkartoffeln ohne Gluten - Batata. Das Produkt hilft also einerseits Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und bietet Ernährungsalternative für Menschen mit Gluten-Unverträglichkeit.



Acht Startups stellten ihre insgesamt 21 Produkte vor und erhielten Regalplätze bei INTERSPAR in Slowenien.

Der Startup-Wettbewerb bietet Jungunternehmerinnen und -unternehmern Perspektiven und wirtschaftliche Erfolgchancen in Slowenien. Damit möchte SPAR zu einem positiven Wirtschaftsumfeld beitragen, das dem Trend der Abwanderung aus Slowenien entgegentritt. 44 slowenische Unternehmen haben bisher an Štartaj Slovenija teilgenommen, rund 200 Produkte von 32 Unternehmen sind dauerhaft ins SPAR-Sortiment aufgenommen worden.

Startaj Hrvatska

2021 ging das Startup-Programm „Startaj Hrvatska“ von SPAR und dem TV-Sender Nova TV in die zweite Runde. In der zweiten Staffel erhielten acht weitere kroatische Startups die Chance, ihre innovativen Produkte einem breiten Publikum vorzustellen. Alle Produkte waren während der Ausstrahlung bei INTERSPAR und in ausgewählten SPAR-Supermärkten erhältlich. Das Siegerprodukt „Hit Produkt des Jahres“ wurde von einer Fachjury sowie auf Basis der Verkaufszahlen ausgewählt und erhielt einen Exklusiv-2 Jahres-Vertrag mit SPAR. Einige Kandidaten und Kandidatinnen aus der ersten und zweiten Staffel haben in Zusammenarbeit mit SPAR weitere Produkte entwickelt, die ebenfalls bei SPAR gelistet sind. SPAR Kroatien unterstützt mit diesem Projekt innovative, kroatische Unternehmen und wurde daher von einer Fachjury des kroatischen PR-Verbandes mit dem „Grand Prix“ im Bereich CSR ausgezeichnet.

Hungaricool by SPAR Startup-Wettbewerb

SPAR Ungarn veranstaltete 2021 bereits zum dritten Mal den Ideen-Wettbewerb „Hungaricool“. Gesucht werden innovative ungarische Produkte, die ganz neu entwickelt wurden, beziehungsweise noch nicht im Einzelhandel erhältlich sind. Aus den Bewerbungen werden zehn Unternehmen ausgewählt, deren Produkte im Folgejahr bei INTERSPAR und im SPAR-Onlineshop erhältlich sind. SPAR Ungarn unterstützt die Gewinnerinnen und Gewinner auch in Sachen Marketing. Dank einer Kooperation erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Beispiel die Möglichkeit an der TV-Show „Unter Haien“ des Senders RTL Klub mitzumachen und das eigene Produkt vorzustellen.

Insgesamt 32 Artikel der sieben erfolgreichen Teilnehmer aus der Show 2020 wurden 2021 bei SPAR Ungarn ins Sortiment aufgenommen.



Der Ideen-Wettbewerb für Startups wurde 2021 bereits zum dritten Mal veranstaltet. Produkte der sieben Gewinner sind ab 2022 bei INTERSPAR und im SPAR-Online-shop erhältlich.

Young & Urban by SPAR

In Österreich lädt SPAR junge Unternehmen ein, sich mit ihren Produkten um eine Platzierung bei „Young & Urban by SPAR“ zu bewerben. Aus der jahrelangen Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Lieferanten hat SPAR umfangreiches Knowhow und gilt in der Branche als verlässlicher und fairer Partner auf Augenhöhe.



Im Rahmen der Initiative Young & Urban by SPAR unterstützt SPAR ambitionierte Start-Ups und bringt ihre innovativen Produkte in die Regale.

Gemeinsam mit SPAR sind bereits zahlreiche Unternehmer groß geworden und haben den Durchbruch geschafft. Seit dem Frühjahr 2018 können auch kreative und erfindungsfreudige Jungunternehmer auf diese Expertise zurückgreifen und erhalten ein breites Spektrum an Unterstützung. Gründer profitieren in den Bereichen Produkt- und Designentwicklung, Qualitätsmanagement, Produktion und Vermarktung von der SPAR-Expertise und können die österreichweite Distribution nutzen.

4.2. SPAR-Produkte für bewusste Ernährung



Strategische Stoßrichtung

- Sortiments- & Produktführerschaft
 - Wir erkennen Trends frühzeitig (z.B. gesunde Ernährung)
- Innovations- und Themenführerschaft
 - proaktive Besetzung und Weiterentwicklung von Themen wie Corporate social responsibility, gesunde Ernährung, Bio, Convenience, Regionalität, Frische u.s.w.

Handlungsfelder

- Zucker: SPAR-Initiative für bewusste Ernährung
- Weniger Salz in SPAR-Marken
- Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau
- Vegetarische und vegane Ernährung

Ziele

- Österreich: Bis 2021 spart SPAR 2.000 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Marken ein (Basisjahr 2017).
- Österreich: SPAR steigert jährlich den Umsatz und die Anzahl von Bio-Produkten unter SPAR-Marken.
- Slowenien: Bis 2021 spart SPAR 120 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Marken ein (Basisjahr 2018).
- Slowenien: SPAR spart 50 Tonnen Salz in SPAR-Markenprodukten bis 2021 ein.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 2. Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern
 - 2.2 Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden

Themen nach GRI

- GRI G4-FP: Produkt-Verantwortung (2014)

Kennzahlen nach GRI

- **GRI G4-FP6** Produkte mit reduziertem Fett, Salz und Zuckergehalt

GRI 103-1

In den SPAR-Ländern ist eine ausreichende Kalorienaufnahme für den Großteil der Bevölkerung sichergestellt. Ausreichende Ernährung ist jedoch nicht gleich gesunder Ernährung. Eine ausgewogene Ernährung leistet einen wichtigen Beitrag zum allgemeinen Wohlbefinden und zur Gesundheit. So kann mit der

richtigen Ernährungsweise bestimmten Krankheiten vorgebeugt und die Lebensqualität gesteigert werden. Jedoch ernähren sich Menschen in Industrieländern meist nicht entsprechend der empfohlenen Ernährungspyramide, sondern tendenziell kalorienreicher als medizinisch empfohlen. Besonders hoher Zucker-,

GRI 103-2

Salz- und Fettkonsum, aber auch Fleischverzehr belasten die körperliche Gesundheit und in manchen Fällen auch die Umwelt.

Die Corona-Krise hat wieder etwas mehr Bewusstsein für Lebensmittel und Ernährung geschaffen, da viele Menschen im Homeoffice oder aufgrund geschlossener Gastronomie vermehrt gekocht haben. Der Umgang mit Lebensmitteln und ihrer Zubereitung hat bei vielen Menschen bewusster gemacht, welche Zutaten in ihren Mahlzeiten verarbeitet werden, woher diese stammen und unter welchen Bedingungen sie produziert wurden. Für SPAR bedeutet diese zusätzliche Beschäftigung eine Chance in der verstärkten Vermarktung von regionalen und biologisch hergestellten Lebensmitteln. Die Fähigkeit oder die Zeit, Mahlzeiten aus den Urprodukten herzustellen, haben jedoch nicht alle Konsumentinnen und Konsumenten und greifen daher zu fertigen Gerichten oder zu vorverarbeiteten Produkten.

Als einer der größten Lebensmittelhändler in allen SPAR-Ländern kommt SPAR nicht nur die Verantwortung für eine leistbare Versorgung mit Grundnahrungsmitteln zu, sondern

GRI 103-3

auch die Versorgung mit Lebensmitteln, die eine bewusste Ernährung auf Basis von Ernährungsempfehlungen der Gesundheitsbehörden wie der WHO ermöglichen. Immer mehr Kundenschaften achten neben genussvollem Essen auch auf Gesundheitsaspekte bei der Ernährung. Daher bietet SPAR bereits lange eine breite Auswahl an vegetarischen und veganen Produkten an, reduziert in SPAR-Marken bewusst Zucker, Salz sowie Fett und hat mit SPAR Vital eine eigene Marke für bewusste Ernährung. Produkte unter dieser Marke werden von einem wissenschaftlichen Beirat aus Ärzten und Diätologen vorab geprüft. Die gesetzten Ziele zur Zucker- und Salz-Reduktion überprüft SPAR in regelmäßigen Auswertungen des Sortiments und rechnet anhand der Reduktion am einzelnen Produkt die gesamt erzielten Einsparungen zugunsten einer gesünderen Ernährung hoch. Die gesetzten Ziele zur Entwicklung des Sortiments an biologisch hergestellten und vegetarischen SPAR-Marken prüft das Produktmanagement jährlich anhand von angebotenen Produkten und erzielten Umsätzen.

4.2.1. SPAR-Initiative zur Zuckerreduktion in der Ernährung

GRI G4 FP6

Nicht mehr als 25 g bis 50 g Zucker sollte laut dieser ein Erwachsener pro Tag zu sich nehmen. Laut Versorgungsbilanz der Statistik Austria ist die tägliche Menge beim Durchschnitts-Österreicher mit 92 g knapp viermal so hoch, in anderen SPAR-Ländern teilweise deutlich darüber. In einer von SPAR in Auftrag gegebenen Umfrage gaben 7 von 10 Österreichern an, ihren persönlichen Zuckerkonsum einschränken zu wollen. Sie suchen daher nach Produkten mit einem geringeren Zuckergehalt oder ganz ohne Zucker. SPAR hat diesen Trend zu bewussterer Ernährung bereits vor vielen Jahren erkannt und die Eigenmarke SPAR-Vital geschaffen. Unter dieser werden ausschließlich Produkte geführt, die ein unabhängiger wissenschaftlicher Beirat aus hochkarätigen Ärzten für gut befunden hat. Kriterien für diese Beurteilung können ein niedrigerer Zucker- oder Fettgehalt als in Vergleichsprodukten oder ein hoher Anteil von Stoffen sein, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken.

2017 hat SPAR eine eigene Initiative für weniger Zucker gestartet. Seither wurde bei über 350 SPAR-Markenprodukten seit Anfang 2017 Zucker entnommen. Insgesamt rund 2.350 Tonnen Zucker wurden allein in Österreich seit Anfang der Initiative bis Ende 2021 eingespart. Zucker wurde nicht durch Süßstoffe ersetzt, sondern entweder durch natürliche Zuckeralternativen ausgeglichen oder Süße im Geschmack schrittweise reduziert. Das gesteckte

Ziel von 2.000 Tonnen Zuckereinsparung bis Ende 2021 konnte damit deutlich übertroffen werden. SPAR Slowenien hat seit 2018 122 Tonnen weniger Zucker in den SPAR-Markenprodukten eingesetzt und somit ebenfalls das gesteckte Ziel erreicht.

SPAR Kroatien hat 2021 die Zuckerreduktion bei SPAR-Markenprodukten fortgesetzt und bei sieben weiteren Artikeln den Zuckeranteil reduziert. Von 2017 bis Ende 2021 konnten über 350 Tonnen Zucker in knapp 150 SPAR-Markenprodukten eingespart werden. Es werden weiterhin laufend neue Rezepturen für zuckerreduzierte Produkte entwickelt.

Bei SPAR Ungarn ist die erste Zuckerreduktion in SPAR-Marken bereits 2012 erfolgt, als in Ungarn eine Zuckersteuer eingeführt wurde. 2019 startete SPAR Ungarn eine erneute Initiative zur Reduktion von zugesetztem Zucker in SPAR-Marken. Im Jahr 2021 konnten weitere 88 Tonnen Zucker reduziert werden. Das Programm zur Zuckerreduktion wird auch in den kommenden Jahren weiterverfolgt, jedoch ohne konkrete Zielsetzung.

Zur Aufklärung über die Folgen von übermäßigem Zuckerkonsum nutzt SPAR diverse Wege der Kommunikation:

- SPAR unterstützt die gesunde Schulkasse, den „Trink- und Jausen-Führerschein“ und die „Zuckerdetektive“ von SIPCAN. Die Initiative klärt Kinder über die gesunde Schulkasse auf und gestaltet

Schulbuffets gesünder. Mehr als 81.000 Jugendliche in ganz Österreich haben bereits den Trink- und Jausenführerschein erhalten. SPAR beliefert außerdem Schulbuffets mit den von SIPCAN als in Ordnung befundenen SPAR-Marken zu Sonderpreisen.

- SPAR informiert in den Kundenmagazinen SPAR Mahlzeit! in Österreich und Di Vita in Italien sowie über das SPAR-Lifestyle Programm „Életmód“ in Ungarn regelmäßig über bewusste Ernährung mit SPAR-Produkten. Dabei werden auch aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse zur

Ernährung aus dem SPAR Ärztebeirat in einfach verständliche Artikel gefasst.

- SPAR inspiriert Kunden auf der Website, im Kundenmagazin und auf dem Video-Blog mit einfach umsetzbaren Rezepten für gesunde Ernährung.

Für Menschen, die nicht auf Süße in Ihren Gerichten verzichten möchten, bietet SPAR Alternativen zum Zucker. Von Birkenzucker über Reissirup, bis Stevia-Produkte führt SPAR Produkte für Kunden, die auf herkömmlichen Haushaltszucker verzichten möchten oder aus gesundheitlichen Gründen müssen

4.2.2. Weniger Salz in SPAR-Marken

Vorreiter bei der bewussten Reduktion von Salz innerhalb der SPAR HOLDING ist Slowenien. Seit 2018 achtet SPAR dort auf die Reduktion von Salz. 51 Tonnen Salz konnten seither reduziert werden, SPAR Slowenien übertrifft somit die selbstgesteckte Zielsetzung um eine Tonne. Der größte Teil der eingesparten Mengen entfiel auf Produkte der hauseigenen Bäckerei. Bei der Entwicklung von neuen Produkten bemüht sich SPAR, dass der Salzgehalt so niedrig wie möglich ist und motiviert auch andere Bäckereien, diesem Beispiel zu folgen. Im Oktober 2019 unterschrieb SPAR Slowenien zusammen mit anderen Bäckereien das Gelöbnis, bis zum Ende des Jahres 2022

den Salzgehalt in Brot um 5 Prozent zu reduzieren und den Anteil an Vollkornprodukten zu erhöhen.

Bei SPAR Kroatien senken die INTERSPAR-Bäckereien den Salzgehalt im Brot auf maximal 1,4%, was den Empfehlungen internationaler Gesundheitsexperten entspricht. Insgesamt wurden in Kroatien bei SPAR-Markenprodukten seit Ende 2017 46,5 Tonnen Salz eingespart.

SPAR Österreich ist dem guten Beispiel gefolgt und prüft bei allen Rezepturänderungen aufgrund von Zucker- oder Palmöl-Reduktion auch die Möglichkeit zur Reduktion von Salz. Eine Einsparungsmenge wird bei Salz jedoch nicht berechnet.

GRI G4 FP6

4.2.3. Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung

Die biologische Landwirtschaft gilt als ressourcenschonender als konventioneller Anbau. Sie unterliegt beispielsweise besonders strengen Kriterien zu Düngemittel und Pestizideinsatz und gilt daher als besonders nachhaltig. Die EU plant im Rahmen des Green Deal und der Farm to Fork-Strategie daher eine Ausweitung der biologisch bewirtschafteten Landwirtschaftsflächen von derzeit 8 Prozent im EU-Schnitt auf 25 Prozent bis 2030. In Österreich liegt der Anteil biologisch bewirtschafteter Flächen bereits heute über 25 Prozent. Österreich hat in der EU damit den höchsten Bio-Anteil. Zum Erfolg von biologischer Landwirtschaft besonders in Österreich hat SPAR bereits 1995 mit der Einführung der ersten Bio-Lebensmittel unter der Eigenmarke SPAR Natur*pur beigetragen. Heute ist diese die stärkste Bio-Marke Österreichs. SPAR hat sich zum strategischen Ziel gesetzt, auch weiterhin Auswahl und Umsatz mit Bio-Produkten zu steigern und trägt damit auch weiterhin zum Ausbau der biologischen Landwirtschaft bei. Über 3.280 Bio-Artikel aller Marken bietet SPAR in Österreich, den größten Anteil davon

nimmt die SPAR-Marke SPAR Natur*pur mit rund 1.200 Artikeln ein.



Der SPAR Natur*pur Bio-Skyr aus dem oberösterreichischen Innviertel ist eines der Bio-Produkte, die 2021 ins Sortiment aufgenommen wurden.

Diese Vielfalt trägt SPAR auch in die übrigen Länder und verkauft dort die beliebtesten Bio-Marken aus österreichischer Produktion, oder forciert den Anbau und die Produktion von Bio-Produkten in den jeweiligen Ländern. SPAR Kroatien ist beispielsweise führender Händler in Kroatien bei Bio-Lebensmitteln und bietet

722 Artikel aus biologischer Landwirtschaft an. In Österreich hat SPAR 2021 die Partnerschaft mit demeter – dem weltweit ältesten Bio-Verband intensiviert. Mit den SPAR Natur*pur Babybreien wurden erste SPAR-Markenartikel

als biodynamisch hergestellt gekennzeichnet. Das Sortiment an biodynamischen Lebensmitteln mit demeter-Zertifizierung wurde auf 113 Produkte ausgebaut.

4.2.4. Vegetarische und vegane Ernährung

Umweltschutz-Organisationen fordern nicht erst seit Kurzem den vermehrten Verzicht auf Fleischkonsum, um den Ernährungsempfehlungen der WHO zu entsprechen und damit auch die Umwelt zu schonen. Denn Europäer essen deutlich mehr tierisches Eiweiß, als die Weltgesundheitsorganisation für eine ausgewogene Ernährung empfehlen würde. Für dieselbe Menge Kalorien, die für die Ernährung nötig sind, verbrauchen tierische Quellen zudem in der Produktion deutlich mehr Ressourcen als pflanzliche Nahrungsmittel. Aus Umwelt- und Gesundheitsschutz-Gründen gleichermaßen fördert SPAR daher die vegetarische Ernährung und hat bereits 2012 SPAR Veggie, die Eigenmarke für Vegetarier, Veganer und Flexitarier eingeführt.



Heute bietet SPAR bis zu rund 90 vegetarische und vegane Produkte unter SPAR Veggie in allen Ländern an.

Jedes Produkt von SPAR Veggie wurde von der Veganen Gesellschaft Österreich mit dem V-Label der europäischen Vegetarier-Union ausgezeichnet.

Insgesamt umfasst das Sortiment von SPAR 2.660 vegetarisch und rund 2.300 vegan gekennzeichnete Produkte. Über die Vorteile einer fleischlosen Ernährung informiert SPAR auf unterschiedlichen Kanälen.

SPAR Kroatien legte auch 2021 großen Wert auf die Förderung vegetarischer und veganer Ernährung. Die breite Palette an veganen Produkten wurde 2021 um mehr als 40 neue vegane Produkte erweitert. Im Zuge der Bewegung Meatless Monday bietet SPAR Kroatien jeden Montag 15% Ermäßigung auf alle SPAR Veggie-Produkte. SPAR Kroatien war 2021 zum siebten Mal in Folge Generalsponsor des ZeGeVege Festivals – dem größten Nachhaltigkeitsfestival in der Region, auf dem SPAR eigene Produkte der Marken SPAR Veggie, SPAR Natur*pur und SPAR Vital vorstellte. In Zusammenarbeit mit dem Tierschutzverein „Prijetelji životinja“ gab es erneut eine Promotion für SPAR Veggie-Produkte. Erstmals wurde vom Verein Prijetelji životinja dafür eine Messe für vegane Produkte am Hauptplatz in Zagreb veranstaltet. SPAR hat die Veranstaltung als Partner unterstützt und eigene vegane Produkte ausgestellt.

4.3. Kreislaufwirtschaft

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw.
- Innovations- und Themenführerschaft
 - Trendsetter in Ladenarchitektur, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Produktpräsentation, Marketing und Werbepolitik sowie in der technischen Ausstattung.

Handlungsfelder

- Verpackungsreduktion
- Sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln
- Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

Ziele

- Alle Länder: SPAR steigert den Anteil an recyclingfähigen Verpackungen auf 100% bis 2030.
- Alle Länder: SPAR reduziert Kunststoff-Verpackungen bis 2025 um 20% (Basisjahr 2020).
- Alle Länder: SPAR setzt bis 2030 bei SPAR-Marken-Verpackungen für Lebensmittel 20 Prozent Recyclat, bei Verpackungen für Non-Food-Artikel 100 Prozent Recyclat ein.
- Alle Länder: SPAR informiert Konsumenten zunehmend über die Zusammensetzung von Verpackungen und – sofern im jeweiligen Land möglich – über den korrekten Entsorgungsweg.
- Alle Länder: SPAR reduziert Lebensmittelabfälle auf ein mögliches Minimum und kooperiert (wo erlaubt) mit Sozialorganisationen zur Übernahme von unverkäuflichen Lebensmitteln.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 12. Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen
 - 12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern

SPAR-Kennzahlen

- **SPAR-KPI:** Anteil der Recyclingfähigen Verpackungen (Kennzahl wird kann erst nach Definition durch nationale Gesetzgeber erhoben werden)
- **SPAR-KPI:** Anteil nicht verkaufter oder gespendeter Lebensmittel

Die bisherige lineare Wirtschaftsweise von Produzieren – Verbrauchen – Wegwerfen, ist ein veraltetes Geschäftsmodell, das zu übermäßigem Ressourcenverbrauch geführt hat, der eng mit dem Klimawandel verbunden ist. Ziel von Zivilgesellschaft, Politik und nachhaltig agierenden Unternehmen ist daher, zunehmend von einem linearen zum zirkulären Wirtschaftsmodell zu kommen und Kreisläufe von Rohstoffen zu schaffen. Politisch wurden und werden diese Ambitionen in mehrere Gesetzesvorhaben der EU gegossen. Kreislaufwirt-

schaftspaket, Einwegplastik-Richtlinie, Abfallrahmen-Richtlinie, Green Deal u.a. zielen darauf ab, die Nutzungsphase von Produkten auszuweiten und nach der Nutzungsphase Wertstoffe in möglichst hohem Ausmaß für eine Wiederverwendung oder Aufbereitung zu erhalten. Insbesondere Kunststoff-Verpackungen und Lebensmittelabfälle stehen im Fokus derzeitiger Regulierungsinitiativen. SPAR ist als Händler und gleichzeitig Produzent sowie Immobilienbetreiber von diesen Regelungen vielfach betroffen.

4.3.1. Verpackungsreduktion

Besonders für das Angebot von sauerstoffreaktiven und feuchten Lebensmitteln wie Wurstwaren, Käse aber auch Obst und Gemüse hat Kunststoff die oft besten Eigenschaften für sicheres Angebot und lange Haltbarkeit. Kunststoffverpackungen sind in den vergangenen Jahren aus gutem Grund vermehrt eingesetzt worden. In vielen Fällen sind sie die unter verschiedenen Verpackungsmaterialien effizienteste Möglichkeit, um Hygiene und Haltbarkeit

von Lebensmitteln sicherzustellen. Kunststoffreduktion steht daher oft im Zielkonflikt mit anderen strategischen Zielen wie der Vermeidung von Lebensmittelverderb, der Automatisierung der Logistik, dem Angebot von Produkten in Selbstbedienung oder dem Angebot von Sortimenten für den Verzehr unterwegs (Convenience-Trend). Gleichzeitig stehen Kunststoff-Verpackungen in der Kritik aufgrund ihrer fossilen Rohstoffe, schlechten Sammel- und Verwertungsquoten und hohem

Littering-Anteil. Trotz ihrer für den Lebensmittelhandel wichtigen Funktionen wird diskutiert, Kunststoffverpackungen zu reduzieren oder zu verbieten. Konkrete Vorgaben macht die EU bereits bei Sammelquoten und Recyclateinsatz in PET-Flaschen. Bis 2029 müssen 90 Prozent der PET-Flaschen in jeden Mitgliedsstaat gesammelt werden und ab 2030 PET-Flaschen aus mindestens 30 Prozent Recyclingmaterial bestehen. Insgesamt sind für alle Verpackungstoffe Recyclingquoten vorgeschrieben, insbesondere die Recyclingquote von 55% bis 2030 bei Kunststoff ist herausfordernd.

Bei SPAR ist bereits in der Verbraucherdeklaration von 1971 dokumentiert, dass SPAR aktiv bemüht ist, das Verpackungsvolumen zu reduzieren, das an den Haushalt geht. Dieses Versprechen gegenüber Kunden lebt SPAR seither laufend und versucht durch Vermeidung, Reduktion und Recyclingfähigkeit das Verpackungsvolumen zu reduzieren. Um in Verkehr gebrachte Verpackungsmengen auch wieder einzusammeln und einer Verwertung zuzuführen, ist SPAR in allen Ländern an Systemen der erweiterten Produzentenverantwortung beteiligt. In Österreich hat SPAR 1993 gemeinsam mit anderen Unternehmen das Sammel- und Verwertungssystem sogar mitgegründet, das heute als Altstoff Recycling Austria das größte Entpflichtungs- und Sammelsystem in Österreich ist.

SPAR versucht Zielkonflikte zwischen Verpackungsreduktion und -notwendigkeit durch sinnvolle Reduktion wo möglich und Erhöhung

der Recyclingfähigkeit zu lösen. Insbesondere bei den Verpackungen von SPAR-Marken übernimmt SPAR diese Aufgabe und hat sich folgende Ziele gesetzt:

- Bis 2030 sollen alle Verpackungen von SPAR-Markenprodukten 100% recyclingfähig werden.
- SPAR reduziert Kunststoff-Verpackungen bis 2025 um 20% (Basisjahr 2020).
- Um den Kreislauf zu schließen, setzt SPAR vermehrt Recyclate ein. SPAR steigert bis 2030 bei SPAR-Marken-Verpackungen für Lebensmittel den Recyclat-Anteil auf 20 Prozent, bei Verpackungen für Non-Food-Artikel auf 100 Prozent.
- SPAR informiert Konsumenten zunehmend über die Zusammensetzung von Verpackungen und – sofern im jeweiligen Land möglich – über den korrekten Entsorgungsweg.

Dabei ist SPAR auf enge Zusammenarbeit mit Lieferanten angewiesen, die Verpackungen in Umlauf bringen, denn nur ein sehr kleiner Teil der Produkte wird in SPAR-eigenen Produktionsbetrieben hergestellt und verpackt. Ziel ist eine Kreislaufwirtschaft, in der nötige Verpackungen wiederverwendet oder nach ihrer Verpackungsfunktion auf höchstmöglichem Niveau stofflich recycelt werden. Dazu analysiert SPAR laufend das gesamte Sortiment, ermittelt Fälle, in denen der Verzicht auf Verpackungen oder Mehrweg-Verpackungen möglich sind. Im Unternehmen anfallende Wertstoffe sammelt SPAR ein und führt sie dem Recycling zu.



Während dieses gesamten Verpackungskreislaufs gibt es eine ganze Reihe disruptiver Faktoren, die der Reduktion und der Recyclingfähigkeit von Verpackungen im Wege stehen. SPAR versucht diese Hemmnisse gemeinsam mit den anderen Beteiligten der Wertschöpfungskette zu identifizieren und zu eliminieren.

SPAR führt dazu intensive Gespräche mit Verpackungsproduzenten, beteiligt sich an Forschungs- und Entwicklungsprojekten für neue, recyclingfähige Verpackungen und arbeitet mit dem führenden Sammelsystem in Österreich, der ARA intensiv zusammen.

Die SPAR-Verpackungsstrategie besteht aus drei Säulen:

Vermeiden

Vermeidung von Plastik setzt SPAR drei Schwerpunkte, die in den Ländern unterschiedlich ausgeprägt sind: Bedienung statt Selbstbedienung, Mehrweg sowie loses Angebot.



In Österreich und Slowenien kann der Feinkosteinkauf in Bedienung in selbst mitgebrachte Behälter verpackt werden.

SPAR bietet in allen Märkten aller Länder Fleisch, Feinkost und Brot in Bedienung an. Im Vergleich zur Selbstbedienung können Kunden dabei deutlich Plastikverpackungen einsparen, denn Lebensmittel in Bedienung verpackt SPAR in ein dünn beschichtetes Papier und Papier-Sackerl. Für Kunden, die selbst diese Verpackung einsparen möchten, hat SPAR bereits 2019 in Österreich und in Slowenien flächendeckend die Möglichkeit geschaffen, eigene Boxen von zu Hause mitzubringen.

SPAR prüft bei jedem Produkt, ob eine Verpackung für Produktschutz und Kennzeichnung nötig ist. In vielen Fällen reicht, beispielsweise zur Kennzeichnung von Bio-Obst, auch ein Sticker oder eine andere Kennzeichnung beispielsweise durch Laser-Gravur ist möglich. In Slowenien werden 70 Prozent des gesamten Obsts und Gemüses unverpackt oder plastikfrei-verpackt angeboten. In Österreich liegt der Anteil von komplett unverpacktem Obst und Gemüse derzeit bei rund 40 Prozent mit stark steigender Tendenz.

Einweg-Plastikartikel hat SPAR entsprechend der Single Use Plastik-Verordnung der EU spätestens mit 1.1.2021 aus dem Sortiment genommen. Restmengen wurden teilweise noch abverkauft, um diese Produkte nicht ungebraucht entsorgen zu müssen.

SPAR Österreich führt auch das größte Mehrweg-Angebot bei Getränken im flächendeckenden Einzelhandel. Der Anteil von verkauften Getränken in Mehrweg-Gebinden liegt laut

den Marktdaten von Nielsen deutlich über dem Branchenschnitt. In jedem Markt bietet SPAR mindestens Mineralwasser, Bier, Fruchtsaft und Limonaden in Glasflaschen sowie Jogurt in Gläsern an. Auch in Slowenien führt SPAR Getränke in Mehrweg flächendeckend mit Ausnahme der SPAR City Märkte, die aufgrund des geringen Verkaufsraums keine Rückgabemöglichkeiten bieten können. Ab 1.1.2024 wird in Österreich eine verpflichtende Mehrweg-Quote eingeführt, die alle Händler zu einem Mindest-Angebot oder zu einem Mindest-Absatz von Getränken in Mehrweg-Gebinden verpflichtet. SPAR erfüllt nach ersten Analysen die Absatzquote bereits jetzt nahezu und wird weiter am Ausbau des Mehrweg-Sortiments arbeiten.

Für den Einkauf von Lebensmitteln ganz ohne Verpackung bietet SPAR in Slowenien bereits einige Jahre Abfüllstationen für Trocken- und Hülsenfrüchte an. Gemeinsam mit dem Unternehmen Odori, Teilnehmer im Projekt Startaj Slovenija, hat SPAR Slowenien bisher in drei INTERSPAR-Hypermärkten Refill-Automaten für Putz- und Waschmittel aufgestellt. 2021 kamen weitere drei Automaten in Vič-Ljubljana, Supernova Kranj und in Murska Sobota hinzu. Kunden können bei diesem Putz- und Waschmittel in eigene Behälter abfüllen.



In Slowenien können Kundinnen und Kunden in sechs INTERSPAR-Hypermärkten Putz- und Waschmittel an Refill-Automaten selbst abfüllen

Auch in Österreich setzen SPAR und INTERSPAR auf Abfüllstationen. Drei Stationen für Bio-Waschmittel eines österreichischen Herstellers finden Kunden in INTERSPAR-Hypermärkten in Salzburg, Wien und Osttirol. An, seit 2021, 17 Abfüllstationen für Cerealien, Nüsse, Reis und Nudeln in allen Bundesländern können Kunden aus einem Angebot von bis zu 40 verschiedenen Artikeln wählen, die gewünschte Menge entnehmen und in selbst mitgebrachte Behälter oder Papiersackerl abfüllen.

Reduzieren

Für Produktschutz, Kennzeichnung oder Marketing nötige Verpackungen reduziert SPAR auf ein Minimum. In den vergangenen Jahren sind beispielsweise die PET-Flaschen bei SPAR-Mineralwasser deutlich leichter geworden und bei vielen Produkten wie beispielsweise SPAR Müslis wurde die Verpackung von Karton und Folienbeutel auf einen reinen Folienbeutel reduziert und somit die Überverpackung weggelassen.

Ein gänzlich Weglassen von Verpackungen ist jedoch nicht möglich. Viele Rufe speziell von Umweltschutz-Organisationen gehen in Richtung unverpackter Angebote, wie sie in den Supermärkten der 1940er-Jahre zu finden waren. Mit der gesellschaftlichen Entwicklung ist ein solcher Rückschritt jedoch nicht vereinbar, da für lebensnotwendige Einkäufe von Lebensmitteln deutlich mehr Zeit und größere Anteile des Haushaltseinkommens aufgewendet werden müsste, die nicht mehr verfügbar ist, wenn mehrere Haushaltsmitglieder berufstätig sind. Die Abfüllung von Waren beispielsweise im Trockensortiment erst im Markt anstelle der Vorverpackung braucht deutlich länger und beansprucht mehr Personal, was die Kosten für Lebensmittel erhöhen würde. Die von Kunden geschätzte und geforderte Vielfalt im Angebot wäre zudem ohne Verpackung unmöglich, ganze Sortimentsbereiche wie Erfrischungsgetränke, Süßwaren oder essfertige Snacks könnten nicht mehr angeboten werden.

Die Gefahr bei prinzipiellen Zweifeln an Verpackungen ist, dass durch unreflektierte Vermeidung von Verpackung die Funktionen, die Verpackung nachweislich erfüllt, nicht mehr gegeben sind. Die Folgen sind teilweise rechtlich kritisch, wenn beispielsweise Kennzeichnungen nicht mehr angebracht werden können oder würden schlichtweg das Sortiment deutlich einschränken. Aus Umweltsicht zu hinterfragen ist der ohne Verpackung steigende Verderb. In vielen Fällen braucht es Verpackungen, um Waren von der Herstellung bis in den Haushalt zu bringen. Lebensmittel werden durch Verpackung vor äußeren Einflüssen wie Licht, Sauerstoff oder Druck geschützt, die sie schneller verderben lassen. Frischfleisch in Bedienung hat beispielsweise den doppelten Verderb im Vergleich zur vorverpackten Selbstbedienungsware. Bei Bio-Frischfleisch in der recyclingfähigen Skin-Verpackung konnte der Verderb deutlich reduziert werden. Gurken halten beispielsweise durch das Einschweißen in Plastik-Folie dreimal länger frisch als offene Ware, ohne Folie verderben fünfmal mehr Gurken bereits im Markt, wie Tests wiederholt gezeigt haben. Bei Melanzani stieg der Verderb im Test von 4-8 Prozent mit Folie auf

über 30 Prozent ohne Folie an, daher sind Melanzani auch weiterhin verpackt.

SPAR testet regelmäßig Produkte unverpackt anzubieten und bewertet aufgrund der Ergebnisse, ob die Verpackung durch verringerten Verderb gerechtfertigt ist. Bei deutlich erhöhtem Verderb bereits im Markt verursacht die Verpackung in der Gesamtbetrachtung deutlich weniger negative Umweltfolgen, da ja für den Anbau und Düngung, den Transport und die Lagerung von sonst verdorbenem Obst und Gemüse ebenfalls (fossile) Ressourcen aufgewendet wurden.

Nicht alle Zielkonflikte lassen sich jedoch durch Berechnungen bewerten. Beispielsweise der Ersatz von fossilem Kunststoff durch biobasierte und/oder kompostierbare Kunststoffe ist neben der wirtschaftlichen Bewertung auch eine ethische Frage. Denn Bio-Kunststoffe aus Stärke oder Zucker benötigen Anbauflächen, auf denen sonst Lebensmittel erzeugt werden könnten. Zudem bringt die biologische Abbaubarkeit keinen Mehrwert für die Kreislaufwirtschaft, da Verpackungen nicht recycelt werden können und bei der Kompostierung kein Mehrwert für den Boden entstehen. Einzig die Vermeidung von Littering könnte für bioabbaubare Kunststoffe ins Treffen geführt werden. Der Bewertung dieser Zielkonflikte und der Erstellung eines Leitfadens zu deren Lösung hat sich ein Projekt der ECR Austria gewidmet. Gemeinsam mit Wissenschaft, FMCG-Herstellern und Händlern ist eine Anleitung zu Priorisierung von Zielen bei der Verpackungsreduktion und -umstellung erstellt worden, die Basis für die Bewertung bei der Neueinführung von SPAR-Produkten für die verantwortlichen Sortimentsmanager ist

Recycling

Bis 2030 sollen alle verbleibende Verpackungen recyclingfähig werden, um die Rohstoffe möglichst lange im Kreislauf zu halten. Dafür achtet SPAR bereits beim Verpackungsdesign auf die spätere Verwertung. Derzeit liegen jedoch noch nicht zu allen Verpackungen detaillierte Daten zur Zusammensetzung vor, da SPAR in den meisten Fällen nicht Inverkehrbringer der Verpackungen ist und somit auch bisher nicht zur Entpflichtung der Verpackungen verpflichtet war. Darüber hinaus fehlt derzeit noch die notwendige, rechtlich bindende Definition von Recyclingfähigkeit, die jedoch notwendig ist, um die Recyclingfähigkeit von Verpackungen prüfen zu können. Daher beteiligt sich SPAR beispielsweise an der Initiative der ECR Austria für derartige Richtlinien für die Verpackungsgestaltung. An dem Leitfaden arbeiten FH Campus Wien, Verpackungshersteller, Hersteller von FMCG sowie Händler zusammen. Der Leitfaden könnte in Österreich

Basis für eine gesetzliche Regelung werden. In Österreich arbeitet SPAR mit universitären Forschungseinrichtungen zusammen, um Analysen zur Recyclingfähigkeit in der Praxis zu testen und entsprechende Datensysteme aufzubauen.

Umgekehrt setzt SPAR Recyclate für neue Verpackungen ein – sofern dies rechtlich möglich ist. Beispielsweise verpackt SPAR in Kroatien und in Österreich Salate und Kuchen der Marken „SPAR tuto bene“ und „SPAR enjoy“ bereits in Verpackungen aus bis zu 80% Recyclat. Kunststoff-Flaschen werden ebenfalls bereits aus Recyclaten hergestellt, beispielsweise liegt der Anteil bei Spondid nature Waschmittel-Flaschen bereits bei 100% Recyclat, bei Getränken ebenfalls bei bis zu 100 RePET. Insbesondere im Lebensmittelkontakt ist der Einsatz von Recyclat derzeit aufgrund von EU-Regelungen auf PET beschränkt. Andere Kunststoffe werden von den Gesundheitsbehörden der EU derzeit als nicht sicher für Lebensmittelkontakt eingestuft. SPAR beobachtet auch Projekte, die für weitere Packstoffe eine sichere Verwendung als Lebensmittelverpackung in einem zweiten Leben sicherstellen sollen. Oberste Prämisse ist dabei, dass Lebensmittel nicht durch Inhaltsstoffe der Verpackungen verunreinigt und damit nicht mehr verkehrsfähig werden. Dieses Problem tritt derzeit bei Recyclingpapier auf, wenn Mineralöl-Rückstände aus alten Druckfarben während längerer Lagerung auf das Lebensmittel migrieren. Daher testet SPAR regelmäßig Lebensmittel auf derartige Rückstände, um die Sicherheit für Konsumenten sicherzustellen.

Bei Non-Food-Verpackungen sind Verpackungen aus Recycling-Kunststoffen bereits im Einsatz. SPAR Slowenien hat 2021 die Kosmetik- und Pflegelinie Verde Vera Eco Bio aus Italien übernommen. Die Flaschen dieser DESPAR-Marke sind aus 100% Post-Consumer-Recyclaten, Tuben aus 60% und die Etiketten aus Zuckerrohr hergestellt. Die Marke ist seit 2020 erfolgreich in Italien in DESPAR-Märkten gelistet.



Kosmetik- und Pflegeprodukte der DESPAR-Marke Verde Vera Eco Bio, mit zu 100% aus Post-Consumer-Recyclaten hergestellten Verpackungen und Etiketten aus Zuckerrohr, sind seit 2021 auch bei SPAR Slowenien erhältlich.

Die Sammel- und Recyclingquoten für Kunststoffe sind eine große Herausforderung für alle Beteiligten des Verpackungskreislaufs. Sammel- und Verwertungssysteme in allen Ländern müssen ihre Sammel- und Recyclingquoten deutlich anheben, in Österreich ist eine Verdopplung der Recyclingquote von Kunststoffverpackungen bis 2030 notwendig. Einen Teil dazu können Pfandsysteme beitragen, die in mehreren Ländern der SPAR-Gruppe derzeit diskutiert oder konkret geplant werden. SPAR war derartigen Pfandsystemen für Getränkegebinde mit verpflichtender Rücknahme im Handel kritisch eingestellt, da diese ein Parallelsystem zu bestehenden Wertstoffsammlung darstellen, nur einen kleinen Teil der Kunststoffverpackungen sammeln und hohe Kosten im Handel für die Rücknahme verursachen. Nach dem Beschluss zur Einführung eines Pfandsystems in Österreich bringt sich SPAR jedoch konstruktiv in den Aufbau des österreichischen Pfandsystems ein und ist Gründungsmitglied des Einwegpfand-Trägervereins.

Damit Verpackungen auch tatsächlich recycelt werden können, braucht es auf Konsumentenseite die richtige Trennung und Sammlung von Wertstoffen. Auf vielen SPAR-Markenprodukten ist das Verpackungsmaterial durch die Harz Identification Codes gekennzeichnet, um Konsumenten die richtige Trennung in den regional unterschiedlichen Recyclingsystemen zu erleichtern. In Italien werden dafür seit 2018 Zug um Zug auf allen SPAR-Marken eigens entwickelte Icons abgedruckt. Seit Ende 2020 sind diese Hinweise zur Entsorgung gesetzlich verpflichtend anzubringen. SPAR Ungarn hat 2021 begonnen, Hinweise zur richtigen Entsorgung der Verpackungen, auf SPAR-Markenprodukten abzubilden, um die Trennung für Konsumentinnen und Konsumenten zu erleichtern. Die Markierungen wurden zu Beginn auf über 230 Produkte gedruckt. Ziel ist es sie für alle SPAR-Marken einzuführen.



SPAR Ungarn druckt seit 2021 Entsorgungshinweise auf die Verpackungen ausgewählter SPAR-Markenprodukte

4.3.2. Umgang mit Lebensmitteln



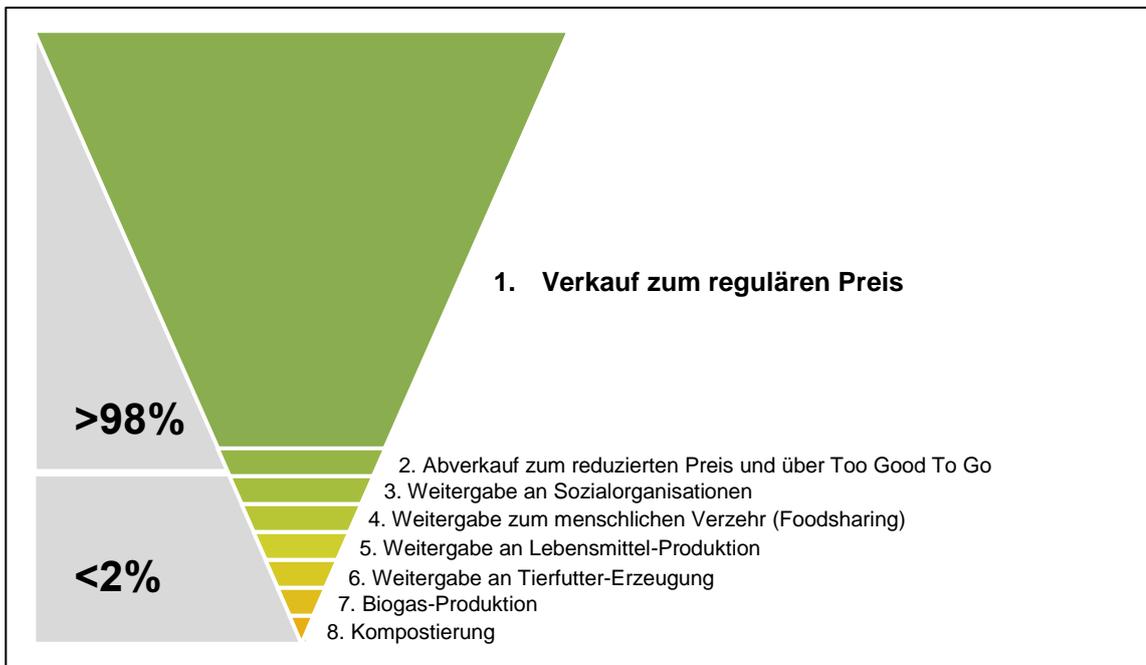
GRI 103-1

Die Verschwendung von Lebensmitteln zwischen Feld und Haushalt ist nicht nur moralisch verwerflich, sondern auch aus Umweltsicht. Der Anbau, die Verarbeitung, Transport und Lagerung verbrauchen Ressourcen, die umsonst aufgewendet wurden, wenn diese Lebensmittel nicht gegessen werden. Laut Schätzungen von Eurobarometer und FAO werden in der EU 88 Mio. Tonnen Lebensmittel jährlich nicht verbraucht. Sie verursachen 170 Mio. Tonnen CO₂ im Lebenszyklus. Der größte Teil der Lebensmittelabfälle in entwickelten Ländern ist im Müll aus privaten Haushalten zu finden: Laut Greenpeace stammen 42 Prozent der Lebensmittelabfälle im Rest- und Bio-Müll aus Haushalten, 39 Prozent aus der Landwirtschaft, je 17 Prozent aus der verarbeiteten Industrie und von Großverbrauchern und nur 5 Prozent aus dem Handel. Bei SPAR wird nur rund ein bis zwei Prozent der angebotenen Lebensmittel nicht verkauft. Denn SPAR hat ein umfangreiches Maßnahmenpaket geschnürt, um der Lebensmittelverschwendung im Handel und in den Haushalten entgegenzutreten. Jahrzehntelange Erfahrung im Handel und in der Mengenplanung, künstliche Intelligenz bei Nachbestellungen, Abverkauf vor Erreichen des möglichen Verkaufsdatums und eine klare Hierarchie zur Weitergabe von unverkäuflichen Produkten sind Basis für

GRI 103-2

GRI 103-3

einen sorgsamem Umgang mit Lebensmitteln. Maßnahmen zu Lebensmittelweitergabe, die in anderen Ländern gesetzlicher Vorgaben bedürfen, sind beispielsweise in Österreich gelebte Praxis bei SPAR. Der Lebensmittelhandel hat einen relativ kleinen Anteil an der Verschwendung, setzt jedoch trotzdem durch Vorkehrungen für längere Haltbarkeit, Kundeninformation und Weitergabe an Sozialeinrichtungen zahlreiche Maßnahmen zu SDG 12: „Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern.“ Kennzahl für den Anteil an unverkäuflichen Lebensmitteln im Handel ist der Verderb, der möglichst gering gehalten wird. Diese Kennzahl wird von Sortimentsmanagern bei jedem einzelnen Produkt und vom Vertrieb in allen Ländern regelmäßig analysiert und ist Bestandteil der Bewertung zum Weiterbestand eines Produkts im SPAR-Sortiment. Um den Lebensmittelverderb in den Haushalten zu reduzieren, bietet SPAR einerseits Möglichkeiten für den bedarfsgenauen Einkauf und informiert andererseits über Möglichkeiten zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen in Haushalten.



Genauere Bestellung und Produktion

SPAR greift bei der Bestellung von Lebensmitteln auf jahrzehntelange Erfahrung im Handel zurück. Alle Systeme sind darauf ausgerichtet, die Balance zwischen vorhandenem Angebot

als Anforderung von Konsumenten und möglichst geringen Verderben zu halten. Eines dieser Systeme ist die Automatische Mengenfindung, eine künstliche Intelligenz, die auf Basis von Standort- und Verkaufsdaten, Feiertagskonstellationen, Wetter, Aktionen u.a. Faktoren

die voraussichtlich benötigten Mengen für Märkte kalkuliert. Die Einbindung der Supply Chain geht dabei so weit, dass frisches Obst und Gemüse auf Basis dieser Vorhersagen frisch geerntet und anschließend geliefert wird. Damit ist immer jene Menge im Markt, die benötigt wird. Auf Basis von Abverkaufs- und Verfallsdaten lernt dieses System täglich mit. Auf Basis der Verkaufszahlen werden auch einzelne Produkte beurteilt. Artikel, die nicht nachgefragt werden, werden aus dem Sortiment genommen.

Bei Brot und Gebäck helfen die Backstationen, die in fast allen SPAR, EUROSPAR und INTERSPAR-Märkten vorhanden sind, Gebäck bedarfsgerecht herzustellen. Bei Brot von regionalen Bäckern bemühen sich alle um eine möglichst genaue Bestellung. Zum Tagesende hin wird nur noch eine zentral definierte kleine Auswahl an Brot und Gebäck aufbacken. Auch bei Obst und Gemüse werden zu Tagesende nur mehr einzelne Stück nach Bedarf nachgefüllt, die möglicherweise noch übrige Ware bleibt für den Folgetag in der Kühlung.

Lagertests und MHD-Verlängerung

Das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) gibt jenes Datum an, bis zu dem Hersteller und/oder Händler die Qualität der Ware garantieren und Konsumenten bei vorzeitigem Verderb ein Reklamationsrecht haben. Händler suchen daher die Balance zwischen möglichst langen MHD-Zeiten bei Wareneingang, um möglichst lange Zeit für den Verkauf zu haben und einem geringen Anteil an Reklamationen, wenn Produkte vor MHD-Ablauf verderben. SPAR führt daher regelmäßig Lagertests durch bei Produkten, die in Märkten selbst abgepackt werden. Dadurch konnte beispielsweise bei Hartkäse das MHD um mehrere Tage verlängert werden und somit die Abschriften im Markt reduziert werden. Viele Konsumenten missverstehen das MHD als Verfallsdatum, ab dem Produkte nicht mehr gegessen werden sollen. Auch in diesen Fällen hilft ein verlängertes MHD gegen Verderbe.

Abverkauf zu reduzierten Preisen

Alle SPAR-Märkte verkaufen Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum kurz bevorsteht sowie Saisonware vergünstigt ab. Üblich sind -25 bis -50 Prozent für Produkte mit kürzerer Haltbarkeit. Der Zeitpunkt, ab wann Produkte abverkauft werden, hängt von der Haltbarkeitsdauer ab – frische Produkte wie Milch werden wenige Tage vor MHD abverkauft, Trockensortiment mehrere Tage oder Wochen. Frisch im Markt zubereitete Sandwiches verkauft SPAR

in der letzten Stunde vor Ladenschließung um -25% ab. Durch diese Abverkäufe werden Produkte mit kurzer Haltbarkeit für Kunden nochmals attraktiver. Seit 2021 arbeitet SPAR in allen österreichischen SPAR- und EUROSPAR-Filialen mit Too Good To Go zusammen. Über die App können Kundinnen und Kunden „Überraschungssackerl“ um 4.99 Euro bestellen. Die Sackerl beinhalten Lebensmittel kurz vor Ablauf des MHD im Warenwert von mindestens 15 Euro. Enthalten sein können alle Sortimente von Brot über Gemüse bis Fleisch. INTERSPAR hat 2021 an acht Standorten sortenreine Brot- und Gemüsesackerl getestet und weitet dieses Angebot ab März 2022 auf ganz Österreich aus. Allein über Too Good To Go konnten 2021 rund 335 Tonnen Lebensmittel abverkauft werden.



Im Überraschungssackerl landen Lebensmittel, die noch einwandfrei sind, aber am nächsten Tag nicht mehr verkauft werden können.

Lebensmittel, die nicht mehr verkauft werden können, aber noch genießbar sind, werden an allen SPAR-Standorten in Österreich und Italien in deren Umfeld es eine Sozialorganisation gibt, sowie an zahlreichen Standorten in den übrigen Ländern an Sozialorganisationen weitergegeben (siehe S. 103).

Altbrot für Tierfutter

Durchschnittlich sieben Kilo Brot und Gebäck bleiben trotzdem bei Geschäftsschluss in den Regalen liegen. Besonders Gebäck hält an manchen Tagen nicht bis zum nächsten Abholtag der Sozialorganisationen, die 1-2 Mal pro Woche die Märkte anfahren. Dieses Brot und Gebäck sammelt SPAR daher in Ober- und Niederösterreich, Steiermark, Wien und Burgenland in den Zentrallagern zusammen und übergibt es einem heimischen Tierfutter-Hersteller. In Kärnten wird ebenfalls zentral gesammelt und an einen Landwirt übergeben. Ein qualitativ ausgezeichnetes Nahrungsmittel bleibt somit im Lebensmittelkreislauf erhalten.

4.4. Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette

GRI 102-9	So unterschiedlich die drei Sparten der SPAR HOLDING AG sind, so unterschiedlich sind auch ihre Lieferketten. So unterschiedlich diese Lieferketten sind, so divers sind auch die Auswirkungen auf Umwelt, Lebewesen und Menschen in der Lieferkette. In den unterschiedlichen Ländern bezieht SPAR Produkte und Dienstleistungen von unzähligen Zulieferern. Allein im österreichischen SPAR-Lebensmittelhandel sind rund 140.000 unterschiedliche Artikel zu finden, von Produzenten aus der direkten Umgebung des jeweiligen Marktes bis zu internationalen Markenartikeln mit Zutaten vom anderen Ende der Welt. Während im Lebensmittelhandel regionale Produkte von möglichst nahe gelegenen Produzenten Vorrang haben, ist die internationale Lieferkette von Sport-Utensilien und -Textilien stark auf Hersteller in Fernost angewiesen. Die Lieferkette bei der Errichtung von Shopping-Centern und Märkten durch SES wiederum besteht aus großen und kleinen regionalen Bauunternehmen und Gewerken.	haltung von Menschenrechten und internationalen Arbeitsnormen. Einheitliche Standards über alle Länder hinweg sind nur in bestimmten Bereichen etabliert, in denen eine Vorgabe über dem gesetzlichen Niveau der Länder aus Umwelt- oder Sozialaspekten notwendig ist oder keine gesetzlichen Vorgaben für die Lieferantenbeziehungen bestehen. Eine generelle Vereinheitlichung von Lieferbedingungen über alle Länder ist jedoch weder gewünscht noch geplant. Sehr wohl können Landeseinheiten für spezifische Produktgruppen wie beispielsweise Fisch & Meeresfrüchte, Kosmetika und Textilien zusätzliche strengere Standards festlegen.
GRI 103-1	Alle diese Produkte haben bei ihrer Produktion, beim Transport und beim Verkauf Auswirkungen auf die Umwelt und auf Menschen, die mit ihnen hantieren – vom Verbrauch von Rohstoffen für die Herstellung, über Arbeitsbedingungen in Produktionsbetrieben bis zum Umgang mit Tieren, die für Lebensmittel benötigt werden. Auswirkungen können von der Abholzung von Urwäldern über Überfischung der Meere und Verlust von Biodiversität bis zu Verletzungen der Menschenrechte in Fabriken reichen.	Ein großer Teil des SPAR-Sortiments wird regional von den SPAR-Organisationen in den jeweiligen Ländern eingekauft. Bei diesen engen und direkten Lieferantenbeziehungen kann SPAR selbst die Qualität von Produkten und deren Auswirkungen überprüfen. Diese Produktionsstätten liegen zudem innerhalb der EU und unterliegen damit nationalen Gesetzen und behördlichen Kontrollen. Innerhalb der EU kann von einer Einhaltung der geltenden Gesetze ausgegangen werden. Daher fokussiert die derzeit diskutierte Lieferketten-Gesetzgebung in der EU auch auf jene Produkte, die aus Drittstaaten in die EU importiert werden. Bei Markenartikeln kann SPAR die genauen Lieferwege nicht zurückverfolgen und setzt daher auf vertrauenswürdige Lieferanten, die ihrerseits die gesetzlichen und freiwilligen Vorgaben entlang der Lieferkette einhalten. Für SPAR-Marken setzt SPAR auf eine risikobasierte Lieferantenprüfung anhand international anerkannter Standards und die Prüfung durch akkreditierte Prüf-Organisationen. SPAR baut ein System zur Verwaltung von Zertifizierungen und bei SIMPEX zur Rückverfolgung der Artikel bis zum Produktionsstandort auf. Damit soll für alle SPAR-Markenartikel, die außerhalb der EU hergestellt werden, sichergestellt werden, dass die Vorgaben entlang der Lieferkette eingehalten werden. Hervis setzt auf vertrauenswürdige langfristige Lieferpartner und Einkaufsgenossenschaften innerhalb der EU.
GRI 103-2	Im Sinne des Vorsorgeprinzips, das bei Lebensmitteln besonders streng beachtet werden muss, bringt SPAR nur Produkte ins Sortiment, die als sicher für ihren Gebrauch eingestuft wurden. Lebensmittel, aber auch beispielsweise Textilien und Haushaltsartikel bei INTERSPAR unterliegen strengen gesetzlichen Regelungen, die Gesundheit und Sicherheit der Endverbraucher sichern sollen und von der eigenen Qualitätssicherung laufend überprüft werden.	
GRI 102-11	Alle Länderorganisationen der SPAR-Österreich-Gruppe sind in der Gestaltung ihres Sortiments und auch ihrer Standards vollkommen unabhängig voneinander und passen ihre Vorgaben an regionale Gegebenheiten an. Die Grundlagen der Zusammenarbeit mit Lieferanten, insbesondere den Lieferanten von SPAR-Marken ist in den Einkaufsverträgen festgehalten. In diesen werden die Einhaltung nationaler Umweltrechte ebenso verlangt, wie die Ein-	Selbst-auferlegte Einkaufsrichtlinien über dem gesetzlichen Niveau prüft jede Einheit selbst im Rahmen der eigenen Qualitäts- und Sortimentskontrollen. Beispielsweise die Erreichung der gesteckten Ziele zum Ausstieg aus Palmöl sowie den Prozentsatz von Eiern die nicht aus Käfighaltung stammen, prüft das SPAR-Qualitätsmanagement durch mindestens jährliche Sortimentsanalysen und
GRI 103-3		

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw.

Handlungsfelder

- Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln
- Lieferkette und Einkaufsstandards (u.a. Qualitäts-, Produktions- und Sozialstandards)

Ziele

- Alle Länder: SPAR stellt die Einhaltung aller nationaler Gesetze zu Sozial- und Umweltrecht sicher und baut Systeme zur Rückverfolgung von Produkten aus Risikoländern bis zum Produktionsort auf.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
 - 8.4 Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umwelterstörung anstreben.
 - 8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen.
 - 8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern.
- Ziel 14. Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
 - 14.7 Bis 2030 die sich aus der nachhaltigen Nutzung der Meeresressourcen ergebenden wirtschaftlichen Vorteile für die kleinen Inselentwicklungsländer und die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus.
- Ziel 15. Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.
 - 15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern.

Themen nach GRI

- GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten (2016)
- GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten (2016)

Kennzahlen nach GRI

- **308-1** Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden
- **414-1** Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

wertet aus, welche Umstellungen erreicht werden konnten. Die Entwicklung der SPAR-Marken – unter anderem der Bio-Marke SPAR Natur*pur – wertet das Produktmanagement jährlich aus. Die Analyse des Fisch-Sortiments nimmt der WWF Österreich jährlich für SPAR vor.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der Umsetzung dieser Einkaufsvorgaben ist die Einbindung der Konsumenten. Nur durch ihr Verständnis für die Maßnahmen und damit möglicherweise verbundene Auslistungen oder Preisunterschiede sind derartige Maßnahmen langfristig umsetzbar. SPAR bindet daher Konsumenten kommunikativ ein

und informiert über Marketing-Maßnahmen in allen zur Verfügung stehenden hauseigenen Medien zu entsprechenden Projekten. Beispielsweise hat SPAR 2021 die Initiative „Gemeinsam die Vielfalt retten“ in Österreich gestartet und damit ein kommunikatives Dach für bestehende und neue Maßnahmen zu Gunsten der Biodiversität geschaffen.

Über alle Entwicklungen im Sortiment wird der verantwortliche Vorstand laufend informiert.

4.4.1. Produktionsstandards in der Lieferkette



GRI 308-1
GRI 414-1

Bei einem derartig großen Sortiment muss SPAR auf internationale Lieferketten zurückgreifen, denn nicht alle angebotenen Produkte können in den SPAR-Ländern oder in Europa wachsen und hergestellt werden. Gesetzliche Mindestanforderungen unterscheiden sich weltweit stark und werden nicht in allen Ländern gleich streng kontrolliert. Besonders die Rücksicht auf Umwelt und Arbeitnehmer hat in der in Europa Standard ist. Als im internationalen Vergleich kleiner Abnehmer von Waren aus Drittstaaten hat SPAR zwar nur einen geringen Einfluss auf internationale Lieferketten und die Verschärfung von Standards, möchte aber dennoch zur Einhaltung von grundlegenden Umwelt- und Sozialstandards beitragen. Daher bezieht sich die SPAR HOLDING in den allgemeinen Geschäftsbedingungen beispielsweise auf die Einhaltung des amfori BSCI Code of Conduct, der auf den international anerkannten Arbeitsnormen der International Labor Organisation der UN basiert. Diese beinhalten unter anderem:

- Verbot von Zwangsarbeit
- Vermeidung von Kinderarbeit
- Vorkehrungen gegen Diskriminierung und Belästigung
- Vereinigungsfreiheit und kollektive Tarifverhandlungen
- Sicherheitseinrichtungen
- Entlohnung, Arbeitszeiten und Urlaubsregelungen

In der Europäischen Union ist die Einhaltung dieser Standards mehr oder weniger selbstverständlich und wird staatlich kontrolliert. In diesen Ländern besteht daher ein geringes Risiko der Missachtung dieser Grundregeln. In Ländern außerhalb Europas bezieht sich SPAR auf die Risikoeinschätzung von amfori BSCI und baut ein risikobasiertes Auditsystem auch für Sozial- und Umweltstandards auf. Lieferanten von SPAR in Österreich verpflichten sich vertraglich, in ihren Produktionsbetrieben einen international anerkannten Sozial-Standard, wie amfori BSCI CoC, GRASP, SA8000 und/oder ISO45001 einzuhalten sowie ein Umwelt-Audit durchzuführen, wie beispielsweise GLOBAL G.A.P., ISO50001, ISO14001, Blue-Sign, EU Ecolabel oder EMAS. Falls zum Zeitpunkt der Erstanlieferung noch keine unabhängige Zertifizierung vorliegt, muss sich der Lieferant zur Einhaltung dieser Umwelt- und Arbeitnehmer-Schutzmaßnahmen verpflichten und spätestens binnen eines Jahres eine Zertifizierung nachholen. SPAR in Österreich fordert von allen Lebensmittel-Lieferanten, die aus Risikoländern nach Amfori-BSCI-Definition stammen, Bestätigungen der Standard-

Einhaltung durch externe Auditoren ein. Alle bestehenden und neuen Lebensmittel-Lieferanten von SPAR in Österreich werden laufend anhand der Risikoanalyse bewertet und von allen Lieferanten aus Risikoländern Bestätigungen für ihre ökologischen und sozialen Zertifizierungen eingeholt. Die Einhaltung dieser Standards soll einerseits durch externe Auditoren der Zertifizierungsorganisationen sichergestellt werden, andererseits durch eigene Kontrollen von SPAR, die in manchen Sortimenten bereits heute üblich sind. So führen beispielsweise drei eigene Auditoren des SPAR-Gemüseimporteurs regelmäßig bei SPAR-Lieferanten in Süditalien und Spanien unangekündigte Kontrollen mit Fokus auf Produktqualität und Arbeitsbedingungen durch, da landwirtschaftliche Betriebe in diesen Gegenden immer wieder in Kritik wegen des Verdachts von illegaler Beschäftigung oder schlechter Bezahlung von Ernte-Arbeitern stehen. SPAR-Einkäufer selbst besuchen regelmäßig die Bananen-Plantagen für die SPAR-Bio- und SPAR-Premiumbananen und vergewissern sich von der Einhaltung von Standards der Rainforest-Alliance und Fairtrade.

Die SPAR-Tochter SIMPEX, die für alle SPAR-Länder Non-Food-Waren importiert und distribuiert, hat 2021 im Rahmen des Projekt „Lieferantenmanagement SIMPEX“ ein Online-Tool aufgebaut, in dem alle SIMPEX-Artikel bis zur Produktion zurückverfolgt werden können und die Zertifizierungen der Anlagen hinterlegt werden. Basis ist auch dabei eine Risikoeinstufung der Lieferanten auf Basis der amfori BSCI Länder Risikoeinstufungen. Somit bildet SIMPEX eine umfangreiche Risikoeinschätzung der Lieferanten ab bezogen auf die tatsächlichen Produktionsländer der jeweiligen Artikel.

Eine INTERSPAR-Einkaufsverantwortliche kauft in einem Joint-Venture mit der Metro Buying Group von Hongkong aus direkt bei asiatischen Produktionsbetrieben Non-Food-Artikel ein und überzeugt sich dabei vor Ort von den Produktionsbedingungen.

SPAR Italien geht über diese bisher fixierten Einkaufsstandards noch hinaus und befragt seit 2019 alle Lieferanten von SPAR-Marken zu ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten. Abgefragt werden beispielsweise die Quellen der eingesetzten Energie oder die Emissionsstandards der Fahrzeuge, mit denen an SPAR geliefert wird. Der Fragebogen ist Teil der Lieferverträge geworden. In weiterer Folge soll dieser Fragebogen auch in die Bewertung und Auswahl von Lieferanten einfließen.

4.4.2. Supply Chain Standards im Sportfachhandel

Der Sportfachhändler Hervis hat 2017 ein umfassendes Projekt zur Sicherung von Qualität und Produktionsstandards gestartet. Im ersten Schritt wurde die Einhaltung von klar definierten Arbeits- und Umweltstandards zusätzlich zu bestehenden Compliance-Verpflichtungen in den Liefer-Verträgen ergänzt. Bei allen Hervis-Marken-Lieferanten im Textil-Bereich, die nicht bereits durch eine internationale Einkaufs-Partnerschaft von Hervis kontrolliert wurden, überprüft Hervis laufend, welche Umwelt- und Sozial-Standards eingehalten werden. Produktionsbetriebe, die bisher keine Zertifizierungen unter anderem nach dem Code of Conduct der Business Social Compliance Initiative vorweisen konnten, müssen

dies bis spätestens 2023 nachholen. Diese mittelfristige Aufwertung der Lieferbetriebe soll dazu beitragen, langjährige Lieferanten zu Verbesserungen zu bewegen. Langfristig plant Hervis Kontrollen auf Ebene der Produktionsbetriebe.

2021 hat Hervis zudem neu das Thema Tierwohl in die Einkaufsstandards von Hervis-Marken aufgenommen. Zusätzlich zu den bereits länger verlangten Sozial- und Umweltstandards werden in den Allgemeinen Bestellbedingungen für alle Hervis-Markenprodukte mit tierischen Bestandteilen geeignete Tierwohlstandards wie Responsible Down-Standard, GOTS oder Responsible Wool Standard verlangt.

4.4.3. Verantwortungsvolle Outdoor-Bekleidung bei Hervis



Hervis setzt an drei Punkten der Sortimentsgestaltung an, um Textilien und ihre Lieferkette verantwortungsvoller zu machen. Erstens hat Hervis die Produzenten von Hervis-Markentextilien zur Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards vertraglich verpflichtet (siehe S. 47). Zweitens hat sich Hervis zum Ziel gesetzt, bis 2025 auf Per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC) in Hervis-Markentextilien verzich-

ten. Drittens nimmt Hervis zunehmend Bekleidung aus natürlichen Materialien ins Sortiment auf.

PFC werden vor allem auf Outdoor-Bekleidung aufgrund ihrer wasser-, fett- und schmutzabweisenden Eigenschaften eingesetzt. Sie stehen jedoch auch im Verdacht, krebserregend und fortpflanzungsschädigend zu sein. Daher hat sich Hervis zum Ziel gesetzt, PFC schritt-

weise bis 2025 aus der gesamten Hervis-Markenbekleidung zu verbannen und die Forschung an neuen Materialien voranzutreiben, die die Eigenschaften von Funktionsbekleidung schaffen. Das erfreuliche Ergebnis: Bereits seit Anfang 2021 ist dieses Ziel für die gesamte Outdoor- und Skibekleidung erreicht und somit bereits vier Jahre vor der eigentlichen Zielsetzung. Speziell bei der Eigenmarke Kilimanjaro achtet Hervis auf die Verwendung recycelter Materialien oder Naturmaterialien, die nicht nur eine ökologische Alternative zu chemischen Fasern sind, sondern darüber hinaus auch eine Vielzahl an positiven Eigenschaften mit sich bringen. Daher setzt Hervis bei einem Teil der Kilimanjaro-Kollektion auf Fasern mit nachhaltigen Charakteristika:

- Die Viskosefaser von Bambus eignet sich aufgrund ihrer pflegeleichten aber vor allem antibakteriellen Beschaffenheit besonders für Allergiker oder Menschen mit empfindlicher Haut.
- Bio-Baumwolle ist ein hautfreundlicher und widerstandsfähiger Allrounder, der nach Richtlinien und Standards der ökologischen Landwirtschaft produziert wird.
- Recycelter Kaffeesatz wird zur umweltschonenden Imprägnierung verwendet, er wirkt antibakteriell und vermeidet unangenehme Gerüche.
- Die Wolle vom Merinoschaf ist eine Funktionsfaser der Natur, die Eigenschaften wie Feuchtigkeitsregulierung und Atmungsaktivität, Geruchsneutralität, einen natürlichen UV-Schutz und Isolationsfähigkeit besitzt und dabei kratzfrei, pflegeleicht, antistatisch und schwer entflammbar ist. Für die Marken von Hervis wird ausschließlich Merinowolle verwendet, bei der Mullesing ausgeschlossen werden kann.
- Die aus Holz hergestellte Zellulosefaser Lyocell ist eine sinnvolle Alternative zu Chemiefasern und gleichzeitig wärmeausgleichend und ideal für Allergiker.

- Aus PET-Flaschen, Fischernetzen und Verschnitt-Resten gewonnenes recyceltes Polyester benötigt bis zu 60 % weniger Energie, reduziert die Müllberge und ist zudem robust und pflegeleicht.

Um den Kundinnen und Kunden einen Überblick und detailreiche Informationen bei dieser Vielzahl an verwendeten Materialien zu bieten, kennzeichnet Hervis die Artikel mit speziellen Hang Tags.



Die neue Kollektion Kilimanjaro X Shirts for Life ist rundum auf nachhaltige Produktion ausgerichtet.

Neu wurden 2021 die kreislauffähigen T-Shirts von Kilimanjaro X Shirts for Life eingeführt, die von der Baumwolle bis hin zur Produktion ökologisch nachhaltig und unter sozialen Bedingungen hergestellt werden. Die Shirts werden aus GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle hergestellt. Die Baumwolle ist zusätzlich Fairtrade-Zertifiziert, was faire Löhne der Baumwoll-Farmer und Prämien für die Kleinbauern-Kooperative garantiert. Der Verarbeitungsbetrieb ist dank Photovoltaik und Wasser-Aufbereitung nahezu autark. Auch für die Näherinnen sind faire Löhne garantiert. Auch Transport und Verpackung sind möglichst ressourcenschonend gestaltet: Die Kartons bestehen aus FSC-zertifiziertem Recycling-Karton, die kompostierbaren Polybags aus Maisstärke und transportiert werden die fertigen T-Shirts per Bahn von China über die alte Seidenstraße.

4.4.4. Lieferketten bei der Errichtung von Shopping-Centern



2020 eröffnete SES das neueste Shopping-Center der SPAR HOLDING AG. ALEJA vereint alle nachhaltigen Innovationen wie besucherabhängige Raumlüftung, LED-Beleuchtung und klimaschonende Kältetechnik. Am Dach befindet sich ein öffentlich zugänglicher Sport- und Freizeitpark.

Kerngeschäft von SES Spar European Shopping Centers ist die Entwicklung, Errichtung und das Management von Shopping-Centern in sechs europäischen Ländern. Bei der Projektentwicklung achtete die SES insbesondere darauf, dass das Projektareal überdurchschnittlich gut sowohl durch den öffentlichen als auch individuellen Verkehr erschlossen ist und die Umgebung ein entsprechend großes Potential an Kunden aufweist, das auch fußläufig bzw. per Rad zum Center kommen kann. Die Parkplätze wurden großteils unterirdisch in mehrschichtigen Parkebenen angelegt, damit ein möglichst geringer Flächenverbrauch gesichert ist.

Für die Auswahl der Baumaterialien und die technische Ausstattung wird als wesentliches Kriterium die Nachhaltigkeit herangezogen; neben der bevorzugten Auswahl erneuerbarer Materialien werden auch die Kosten im Betrieb (Energie, Wartung und Instandhaltung, Reinigung) im Laufe eines Lebenszyklus prognostiziert und in den Auswahlprozess der Lieferanten mit einbezogen.

Sowohl beim Bau als auch im Betrieb sind zahlreiche Lieferanten eingebunden. SES vertraut auf langjährige und angesehene Partnerunternehmen für Bau und Ausstattung der Gebäude, die sämtliche gesetzliche Auflagen einzuhalten haben. Entsprechend sind bereits die Auftragsvergaben an beteiligte Unternehmen und mögliche Sub-Unternehmer ausformuliert, die Auftragnehmer zur Einhaltung der sozial-, steuer- und arbeitsrechtlichen Vorschriften für

die gesamte Vertragsdauer verpflichten, insbesondere auch zu jenen des Ausländerbeschäftigungsgesetzes und Lohn- und Sozialdumping-Bekämpfungsgesetzes. Die Auftragnehmer haben zu diesem Zweck die entsprechenden Unterlagen innerhalb einer bestimmten Frist vorzulegen. Zur Überwachung nach dem Ausländerbeschäftigungsgesetz gibt es ein Bestätigungsblatt, mit welchem der Auftragnehmer die Einhaltung garantiert bzw. aufgefördert wird, entsprechende Nachweise vorzulegen. SES pflegt dabei eine Null-Toleranz-Politik, prüft die Einhaltung von Bestimmungen durch die eigene Bauaufsicht und durch behördliche Kontrollen.

Best-practice: ALEJA Ljubljana

Das ALEJA in Ljubljana in Slowenien ist als nachhaltiges Einkaufszentrum konzipiert und wurde im Mai 2020 eröffnet. Die hochwertigen Systeme der technischen Gebäude-Ausrüstung basieren auf einem jahrelang entwickelten Standard.

29 Lüftungsanlagen versorgen das Center bedarfsgerecht mit Frischluft und zugleich mit Heiz- und Kühlenergie. Sämtliche Lüftungsanlagen sind mit EC-Ventilatoren bzw. Fan-Grids ausgestattet, um den Energieverbrauch je nach Auslastung des Centers zu optimieren. Die Frischluftfrate der Lüftungsanlagen wird durch eine videobasierte Personenzählanlage ermittelt. Durch die exakte Analyse der Frischluftmenge können hohe Energiemengen für das Beheizen oder Kühlen der Außenluft eingespart werden. Die Klimakälteanlage verfügt über drei hochmoderne Kältemaschinen, die mit dem Kältemittel R1234ze eine maximale Kälteleistung von 4.500 kW erzeugen. Das neuartige und vor allem umweltfreundliche Kältemittel R1234ze mit einem Global Warming Potential (GWP) von < 1 trägt zum Schutz der Umwelt durch Verminderung der Emission von fluorierten Treibhausgasen bei. Für die Heizenergie des Shopping-Centers kommt das städtische Fernwärme-Netz von Energetika Ljubljana auf.

Im Jahr 2022 wird das Center, wie alle SES-Standorte in Slowenien, auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt.

4.5. Biodiversität: Gemeinsam mit SPAR die Vielfalt retten

GRI 103-1



Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw.

Handlungsfelder

- Biodiversität an Land und im Meer (u.a. durch Palmöl-Reduktion bei SPAR-Marken, Verpackungsreduktion, Tierwohl, verantwortungsvolles Fischsortiment etc.)

Ziele

- Alle Länder: SPAR verbant Palmöl aus allen SPAR-Marken.
- Alle Länder: SPAR verbant Frischeier aus Käfighaltung in allen Ländern bis 2025.
- Österreich: SPAR hält das Fischsortiment lt. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.
- Österreich: Stetige Steigerung des Bio-Sortiments nach Anzahl und Umsatz.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 14. Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
 - 14.7 Bis 2030 die sich aus der nachhaltigen Nutzung der Meeresressourcen ergebenden wirtschaftlichen Vorteile für die kleinen Inselentwicklungsländer und die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus.
- Ziel 15. Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.
 - 15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern.

Themen nach GRI

- GRI 403: Biodiversität (2016)

Kennzahlen nach GRI

- **304-2** Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität

Die Vielfalt des Lebens auf der Erde ist für den Erhalt der Menschheit essenziell. Eine Vielzahl an Nutzpflanzen und -tieren ernähren Menschen und die Flora hat immense Bedeutung für das Klima. Diese Biodiversität an Pflanzen und Tieren ist jedoch bedroht durch Überbeanspruchung, Klimaveränderungen, Einschränkungen des Lebensraums und chemische Substanzen. Den Verlust an biologischer Vielfalt und Zusammenbruch von Ökosystemen bezeichnet die EU-Kommission als zwei der größten Bedrohungen der Menschheit im nächsten Jahrzehnt. Die Staatengemeinschaft hat sich daher Maßnahmen zum Erhalt der Biodiversität zum Ziel gesetzt. Die EU hat 2020 die Biodiversitätsstrategie für die nächsten 10 Jahre veröffentlicht.

Ohne den Erhalt der Biodiversität droht der Verlust ihrer wichtigen Leistungen für die Menschheit. Beim Erhalt der biologischen Viel-

falt geht es also nicht nur darum, Arten und Lebensräume zu schützen. Vielmehr geht es um die Erhaltung der Fähigkeit der Natur, dauerhaft jene Güter und Leistungen bereitzustellen, von denen wir existenziell abhängen und deren Verlust uns teuer zu stehen käme. Für den Lebensmittelhandel ist diese Abhängigkeit besonders deutlich, wenn beispielsweise Bestäubungsleistungen durch Insekten nicht mehr erbracht werden können. Die Ernte vieler Landwirte hängt davon ab, dass Insekten die Pflanzen bestäuben. Es wird geschätzt, dass sich der ökonomische Wert der Insektenbestäubung in der EU auf 15 Milliarden EUR jährlich beläuft.⁴ Rund zwei Drittel der Nahrungsmittel sind direkt oder indirekt von der Pflanzenbestäubung durch Bienen abhängig und wären andernfalls gar nicht oder nur in geringer Menge und Qualität vorhanden. Durch Klimawandel, Pestizideinsatz, Krankheiten und weniger natürlichen Lebensraum ist jedoch die

⁴https://ec.europa.eu/environment/nature/info/pubs/docs/brochures/2020%20Biod%20brochure_de.pdf

GRI 103-2

(Wild-)Bienen-Population drastisch gesunken und stark bedroht. Ebenso geht das zukünftige Angebot an Fisch und Meeresfrüchten direkt einher mit deren Verfügbarkeit. Wenn Fischbestände weiterhin überfischt werden, verlieren sie die Fähigkeit zur Reproduktion und sind damit für zukünftige Generationen von Konsumenten nicht mehr nutzbar.



Unter dem Titel "Gemeinsam die Vielfalt retten" bündelt SPAR die bisherigen Maßnahmen zur Bewahrung der Biodiversität und schafft neue Initiativen.

GRI 103-3

SPAR setzt daher seit vielen Jahren Maßnahmen um, die zum Erhalt der Biodiversität beitragen. Besonders die drei genannten Schwerpunkte der EU unterstützt SPAR seit vielen Jahren durch den Ausbau des Angebots an biologisch angebauten Lebensmitteln, durch das

4.5.1. Förderung der Bienenpopulation

GRI 304-2

Honige im Lebensmittelhandel werden häufig importiert, teilweise aus den größten Honig-Export-Ländern China, Argentinien oder Mexiko da die benötigten Mengen aus heimischer Produktion nicht ausreichen. SPAR Österreich steigert laufend den Anteil an heimischen Honigen durch Kooperation mit heimischen Imkern, unter anderem mit dem größten österreichischen Bio-Honigproduzenten „BeeLocal“, der rund 7000 Bienenstöcke an 500 Standorten betreibt. Auch regionale Honige sind unter der SPAR-Marke in allen Märkten verfügbar – mit dem Namen und Foto der heimischen Imker als Beleg für die Herkunft des Honigs. Zusätzlich stehen seit vielen Jahren an zahlreichen Standorten von SPAR und an zwei Standorten der SES Bienenstöcke, deren Bewohnerinnen in der Umgebung ausreichend Futterwiesen vorfinden. 2022 werden Bienenstöcke gemeinsam mit einem Salzburger Imkerhof an weiteren Standortorte aufgestellt. 2021 gründete SPAR einen eigenen Bienenrat. Mit dem Bienenrat soll die Biene ein Sprachrohr erhalten, die Experten aus Wissenschaft und Praxis sollen zur Rettung der

Engagement gegen schädliche Pestizide wie Glyphosat und mit dem Einsatz für die heimische Bienenpopulation.

In Österreich hat SPAR diese und weitere Maßnahmen in einem eigenen Biodiversitätsschwerpunkt gebündelt, der 2020 entwickelt und 2021 vorgestellt wurde. Zu den sechs Säulen dieses Schwerpunkts zählen:

1. Förderung der Bienenpopulation
2. Verbot von Glyphosat
3. Die Erweiterung der Sortenvielfalt
4. Schutz der Artenvielfalt im Meer
5. Bewahrung alter Tierrassen
6. Ausbau von Bio-Produkten (siehe Kapitel 4.2.3)

Seit 2021 werden die bereits bestehenden Projekte unter diesen Punkten über SPAR-eigene Kanäle vorgestellt, neue Maßnahmen gesetzt und innovative Forschungsprojekte zum Erhalt der Biodiversität unterstützt.

Den Erfolg der gesetzten Maßnahmen misst SPAR anhand von laufenden Sortimentsanalysen. Beispielsweise beim Fischsortiment prüft der WWF Österreich das gesamte Angebot jährlich und gibt gegebenenfalls Empfehlungen für eine Umstellung auf verantwortungsvolle Quellen.

Bienen und zur Förderung der Bienenpopulation beitragen. Auf der Agenda stehen Initiativen wie der Kampf gegen den Einsatz von Glyphosat, der Ausbau von Lebensräumen für Bienen sowie Informationskampagnen zur Bienengesundheit. Des Weiteren begleitet der Bienenrat die Initiative „Gemeinsam die Vielfalt retten“ und unterstützt mit Fachwissen.



Dem Bienenrat gehören (v.l.n.r.) Greenpeace-Geschäftsführer Alexander Egit, Imker-Obmann Stefan Mandl, SPAR Vorstand Markus Kaser, ARCHE NOAH-Geschäftsführer Bernd Kajtna, Bienenforscher Robert Brotschneider von der Universität Graz und Futura-Geschäftsführerin Katrin Hohensinner an..

4.5.2. Alte Sorten erhalten

GRI 304-2

Seit 2012 arbeitet SPAR in Österreich mit dem Verein Arche Noah zusammen, der sich dem Erhalt der Sortenvielfalt verschrieben hat. Gemeinsames Ziel ist es, einen Beitrag zum Schutz und Fortbestand der Kulturpflanzenvielfalt zu leisten und Bioraritäten aus vergangenen Tagen zu revitalisieren. Denn die Industrialisierung der Landwirtschaft sowie Saatgutmonopole haben dazu beigetragen, dass laut Schätzungen der Welternährungsorganisation FAO in den vergangenen 100 Jahren rund drei Viertel aller Kulturpflanzen weltweit verloren gegangen sind. Gentechnik und Klimawandel haben ihr Übriges getan. Daher bietet SPAR seit 2012 Saaten und Pflanzen alter Sorten für alle Hobbygärtner an. Jeden Herbst wird das Sortiment um seltene Zwiebelsorten und die Früchte alter Tomatenpflanzen vom „Paradaiser-Kaiser“ Erich Stekovics sowie um die alte österreichische Apfelsorte „Kronprinz Rudolf“ unter der SPAR-Eigenmarke SPAR wie früher ergänzt.



Saisonal führt SPAR neben Saatgut auch Jungpflanzen und Setzlinge alter Sorten.

SPAR Slowenien hat 2017 ebenfalls das Projekt „SPAR kot nekoč“ („SPAR wie früher“) gestartet und seither beständig ausgebaut. SPAR arbeitet dazu mit dem landwirtschaftlichen Institut Slowenien zusammen und erweckt laufend neue slowenische Obst- und Gemüsesorten aus ihrem Schlaf in der slowenischen Samenbank. Damit in den nächsten Jahren auch Früchte heimischer Obstsorten angeboten werden können, hat SPAR 2018 gemeinsam mit dem Partner Evrosad 5.000 Setzlinge einheimischer Obstbäume gepflanzt. 2022 wird voraussichtlich erstmals eine ausreichende Menge geerntet werden, um diese in allen slowenischen SPAR-Märkten anzubieten.

4.5.3. Palmöl-Verzicht bei SPAR-Marken

GRI 304-2

Palmöl ist eines der meistverwendeten pflanzlichen Fette und auf Grund seiner Eigenschaften in vielen Lebens- und Gebrauchsmitteln enthalten. Aber Palmöl ist zum Synonym für Umweltzerstörung geworden: 27 Millionen Hektar Regenwald⁵, eine Fläche ungefähr dreimal so groß wie Österreich, sind den riesigen industriellen Ölpalm-Monokulturen bereits zum Opfer gefallen. Menschen sowie auch Tiere haben ihren Lebensraum verloren und die Biodiversität wurde in diesen Regionen vernichtet. Umweltorganisationen warnen seit Jahren vor den erheblichen negativen Konsequenzen des Palmölanbaus für unsere Umwelt. Durch eine Greenpeace-Studie⁶ wurde auch auf die potenzielle Gesundheitsgefährdung hingewiesen. Als verantwortungsvolles Unternehmen hat SPAR bereits in der Vergangenheit konsequent auf Palmöl verzichtet, soweit dies möglich war. Im Sinne der Gesundheit der Kundinnen und Kunden hat SPAR entschieden, auf Palmöl in Lebensmittelprodukten der SPAR-Marken soweit irgendwie möglich zu verzichten. In Österreich und Ungarn

sind 99 Prozent aller Lebensmittel der SPAR-Marken vollkommen palmölfrei. Gänzlich ohne Palmöl kommen alle Produkte der SPAR-Markenlinien SPAR PREMIUM, SPAR Natur*pur, SPAR Vital, SPAR free from, SPAR Veggie, SPAR enjoy und SPAR Feine Küche aus. In Österreich und Ungarn sind damit alle SPAR-Marken mit Ausnahme von S-BUDGET und SPAR-Qualitätsmarke frei von Palmöl. Auf Produkten weist SPAR zudem mit einem eigenen Logo auf den Palmöl-Verzicht hin. In Österreich enthalten derzeit noch rund 50 SPAR-Marken-Artikel Palmöl, in denen der Ersatz bisher technisch nicht möglich ist. SPAR wird weiterhin intensiv daran arbeiten, auch diese restlichen SPAR-Markenprodukte umzustellen. Hier sind derzeit noch einige Herausforderungen zu überwinden, wie eine verkürzte Haltbarkeit bei alternativen Ölen oder Einbußen bei Geschmack und Qualität. Das SPAR-Qualitätsmanagement sucht jedoch sehr intensiv nach Möglichkeiten und Varianten, um auch bei diesen wenigen verbliebenen Produkten auf Palmöl verzichten zu können.

⁵ <https://www.regenwald.org/themen/palmoel/fragen-und-antworten#start>

⁶ Greenpeace Marktcheck Palmöl Sept. 2017

4.5.4. Verantwortungsvollster Fischhändler Österreichs

GRI 304-2



Bereits seit 2011 verfolgt SPAR in Österreich ein Programm zur Umstellung des gesamten Fischsortiments auf kontrollierten und verantwortungsvollen Fang oder auf verantwortungsvolle Zucht. Gemeinsam mit dem WWF Österreich wurde 2011 eine Einkaufspolitik ins Leben gerufen, die den Verkauf von bedrohten Arten sowie von Fischen aus unbekannter Herkunft verbietet. Seither wurde das SPAR-Fischsortiment sukzessive auf verantwortungsvollere Quellen umgestellt und jährlich vom WWF Österreich beurteilt.

Zehn Jahre nach der ersten Auflage der SPAR-Fischeinkaufspolitik ist diese 2021 gemeinsam mit dem WWF erneuert worden. SPAR verpflichtet sich nach wie vor selbst, nur Fische aus rückverfolgbarer und legaler Fischerei zu führen, die nicht auf der roten Liste der bedrohten Arten stehen. Einige Kriterien sind neu hinzugekommen. Zum Beispiel darf bei Garnelenzuchten keine Waldumwandlung nach 1999 mehr stattgefunden haben, weil davon insbesondere wertvolle Mangrovenwälder betroffen sind. Neu überprüft werden auch alle Fischprodukte bis zurück zum Fangschiff und der Aquakultur, die ein MSC- oder ASC-Siegel tragen. Die Rückverfolgbarkeit ist durch die

Zertifizierung zwar gegeben, aber die Kriterien des WWF sind strenger in der Beurteilung der Nachhaltigkeit. Daher wird auch jedes MSC- und ASC-Produkte im Angebot von SPAR in Österreich vom WWF Österreich geprüft.

Das abermals sehr erfreuliche Ergebnis der letzten Überprüfung des Jahres 2021 war, dass alle Fisch-Produkte der SPAR-Marken verantwortungsvoll (gelb oder grün bewertet) gefangen oder gezüchtet wurden. Von allen rund 700 angebotenen Fischen und Meeresfrüchten in Frische, Tiefkühlung, Kühlung, Dose sowie deren Anteile an verarbeiteten Produkten inklusive Markenartikeln sind 99 Prozent aus verantwortungsvollen Quellen. Dieses Ergebnis bedarf laufender Anpassung an natürlich veränderte Fischbestände und einer intensiven Zusammenarbeit zwischen Fischereien, WWF Österreich und SPAR-Einkauf. Laufend kontrollieren Meeresbiologen dabei Fisch-Bestände weltweit, beurteilen Fanggebiete und -methoden. Der WWF empfiehlt daraufhin Anpassungen im Sortiment. 2022 wird eine Ausweitung der Fisch-Einkaufspolitik auf weitere Organisationen der SPAR HOLDING AG geprüft.

4.5.5. Einsatz für Transparenz bei neuen Züchtungstechniken

Als Gründungsmitglied der ARGE Gentechnikfrei setzte sich SPAR in den vergangenen 25 Jahren für eine klare Kennzeichnung von Gentechnik ein. Konsumenten haben ein starkes Interesse daran, zu wissen, wie ihre Lebensmittel hergestellt wurden. Daher möchten sie auch wissen, ob für die Zucht gentechnische Verfahren eingesetzt wurden. SPAR bietet in Österreich rund 1.480 Artikel an, die als gentechnik-frei gekennzeichnet wurden. Auch in Slowenien verwendet SPAR das Logo „Brez GMO“ zur Kennzeichnung von gentechnik-freien Lebensmitteln. Ein Wegfall dieser Kennzeichnung oder eine Aufweichung der Kennzeichnung würde bei Konsumenten zu Verunsicherung führen.

SPAR setzt sich durch die Unterstützung von offenen Briefen an die EU-Kommission und öffentliche Stellungnahmen dafür ein, dass bewusste und gezielte Veränderungen des Erbguts von Pflanzen unter die Gentechnik-Verordnung fallen und somit gekennzeichnet werden müssen. Diese Meinung von SPAR wurde 2018 auch vom Europäischen Gerichtshof in Straßburg geteilt, der Mutagenese-Verfahren

als Gentechnik eingestuft hat. Seither lobbyieren verschiedenste Institutionen und Organisationen auf nationaler und europäischer Ebene für eine Aufweichung der Gentechnik-Gesetzgebung, und eine Ausnahme „Neuer Züchtungstechniken“ aus dem europäischen Gentechnik-Gesetz. SPAR tritt für den häufig geäußerten Konsumentenwunsch ein, dass bewusst gentechnisch veränderte Pflanzen nicht ohne Wissen der Konsumenten am Teller landen dürfen und auch jene Produkte als gentechnisch verändert gekennzeichnet werden müssen, die mit Hilfe „Neuer Züchtungstechniken“ hergestellt wurden. Anderenfalls verlieren Konsumenten jegliches Vertrauen in gentechnikfreie Produkte und damit auch in die heimische Bio-Produktion. Mit Mutageneseverfahren kann das Erbgut von Pflanzen gezielt verändert werden und damit beispielsweise ebensolche Pestizidresistenzen künstlich erzeugt werden, wie bei bisheriger Gentechnik. Die Folge kann ein verstärkter Pestizideinsatz wie beispielsweise beim Soja- und Maisanbau in Amerika sein, der massive Umweltfolgen und Biodiversitätsverluste mit sich bringt.

4.5.6. Regionales Soja

GRI 304-2

Soja ist als Futtermittel aus der Schweinemast, aber auch aus der Eierproduktion und als Grundstoff für viele pflanzliche Nahrungsmittel nicht wegzudenken. Der wichtige Lieferant von hochwertigem Eiweiß wird bereits vielfach im Donau-Raum angebaut, große Mengen müssen jedoch aufgrund des großen Bedarfs importiert werden. Vor allem in Südamerika, wo gentechnisch-verändertes Soja in Monokulturen unter Einsatz von Glyphosat angebaut wird, werden ökologisch wertvolle Regenwald- oder Savannenflächen für den Sojaanbau genutzt. Auch der überwiegende Teil des angebauten Sojas in Nordamerika ist gentechnisch verändert. Insgesamt werden allein in Österreich jährlich rund 500.000 Tonnen Soja, größtenteils aus gentechnisch-veränderter Produktion, importiert.

Um in Zukunft unabhängiger von Soja-Importen zu werden, damit die Umweltauswirkungen in Südamerika zu reduzieren und Transporte zu minimieren, unterstützt SPAR die Forcierung europäischer Sojaproduktion. SPAR ist daher Mitinitiator des Vereins Donau Soja, der im Donauraum und in Europa die Selbstversorgung mit Eiweiß-Futtermitteln stärkt und Entwicklungsarbeit für die Sojaproduktion in Osteuropa leistet. Damit wird die Landwirtschaft gestärkt und kleinräumige Versorgungsstrukturen aufgebaut.

Das im Donauraum angebaute Soja verfüttern SPAR-Lieferanten und -Vertragslandwirte beispielsweise an Schweine im „TANN schaut drauf“-Programm sowie an Lege- und Masthühner. Für SPAR Veggie Tofu in verschiedenen Sorten sowie für SPAR Natur*pur-

und SPAR Vital-Sojadrinks wird ausschließlich österreichisches Soja verarbeitet.

In Österreich ist die Umstellung der gesamten Lege- und Masthühner sowie von Milchkühen auf europäische Sojafütterung in einer Branchenlösung gelungen. Bei der Schweinemast ist eine Umstellung deutlich schwerer möglich, obwohl sich SPAR seit mehreren Jahren dafür ausspricht. Unterschied zu Eiern und Hühner ist jedoch, dass Schweine nicht komplett in Österreich verbraucht werden, sondern große Teile exportiert werden. In den Export-Nationen wird der finanzielle Zusatzaufwand für die regionale Sojafütterung nicht abgegolten, der Mehrpreis müsste also auf die in Österreich konsumierten Teile aufgeschlagen werden. Die Preissteigerungen wären in Konsumentenpreis derzeit nicht abzubilden, da heimisches Schweinefleisch damit deutlich teurer als Importfleisch wäre. Da sich nicht alle österreichischen Händler so wie SPAR verpflichtet haben, ausschließlich heimisches Schweinefleisch zu vertrieben, entstünde eine Marktverzerrung und ein vermehrter Import von Schweinefleisch aus Ländern mit niedrigeren Produktionsstandards. Damit wäre weder der Umwelt noch der heimischen Landwirtschaft geholfen. Jedoch konnte auch durch die Mitarbeit von SPAR 2021 erreicht werden, dass für die Fütterung von AMA-zertifizierten Schweinen der Soja-Import bis 2030 halbiert wird. SPAR bezieht für Frischfleisch in Österreich ausschließlich AMA-Qualität, nimmt damit einen großen Teil dieser Schweine ab und kommt für die Mehrkosten der Fütterung auf.

4.5.7. Tierwohl

GRI G4 FP12

Zu den selbstverständlichen Einkaufsstandards bei SPAR zählt auch die Einhaltung etablierter Tierschutzstandards und regionaler gesetzlicher Haltungsbedingungen. Im Ländervergleich sind Standards in Österreich die höchsten, aber auch in den anderen Ländern hat sich SPAR Tierwohlstandards über dem gesetzlichen Mindeststandard zum Ziel gesetzt.

Verbot von Käfigeiern

Die Haltung von Legehennen in konventionellen Käfigen ist EU-weit seit 2012 gesetzlich verboten, in „ausgestalteten“ Käfigen und Kleingruppen ist die Haltung jedoch weiterhin erlaubt. Derzeit wird auf EU-Ebene ein generelles Verbot der Käfighaltung diskutiert, ein Inkrafttreten einer solchen Verordnung ist jedoch nicht vor 2026 und mit Übergangfristen zu erwarten. SPAR wird hier deutlich schneller im

Sortimentswechsel sein. Bis 2025 werden alle SPAR-Länder Frischeier aus Käfighaltung aus dem Sortiment verbannt haben. Frischeier werden in allen SPAR-Ländern lokal in dem jeweiligen Land eingekauft. Bisher haben Legebetriebe außerhalb Österreichs keine ausreichenden Eiermengen aus besseren Haltungsbedingungen für eine flächendeckende Versorgung liefern können. Daher reduziert SPAR innerhalb der Übergangsfrist bis 2025 kontinuierlich die Abnahmemengen von Käfigeiern zugunsten besserer Haltungsformen. In Österreich werden seit 2006 und in Slowenien seit 2020 bei SPAR keine Eier aus Käfighaltung mehr angeboten. In Ungarn stellen durch die Nachfrage von SPAR gerade Eier-Produzenten auf Freilandhaltung um, die Freiland Eier werden seit Ende 2019 bei SPAR angeboten. Die Nachfrage nach Eiern aus alternativen Haltungsformen ist in Ungarn jedoch noch nicht so stark, wie in anderen Ländern. Rund

70 Prozent der Frischeier stammen derzeit aus Käfighaltung.

Bei SPAR Kroatien konnte der Anteil an Käfigeiern auch 2021 weiter leicht verringert werden. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Freilandeiern und damit auch der Anteil am Verkauf um 2 Prozent. Das ist auf das steigende Bewusstsein für Tierhaltung in der Bevölkerung zurückzuführen. Das Angebot an Freilandeiern der SPAR-Marke „Vrtovi Hrvatske“ („Aus den Gärten Kroatiens“) wurde regional erweitert. Die Freiland Eier sind seit 2021 aus den Regionen Slawonien und Istrien erhältlich.

Entscheidend für die weitere Umstellung in allen Ländern wird die Akzeptanz der Kundinnen und Kunden sein. SPAR bietet in allen Ländern Eier aus Boden-, Freiland- und Bio-Haltung an, ein kompletter Ausstieg aus der Käfighaltung gelingt aber nur bei entsprechender Nachfrage durch Konsumenten.

In Österreich werden zudem für SPAR-Markenprodukte keine Eier aus Käfighaltung verarbeitet.

Verbot von Kükentöten

Hühner wurden in den vergangenen Jahrzehnten auf Effizienz getrimmt mit zwei Zuchtzielen: Hohe Eierproduktion bei Legehennen oder schnelle Gewichtszunahme bei Mastgeflügel. Für die Mast werden weibliche und männliche Küken aufgezogen. Für die Eierproduktion sind männliche Küken jedoch nicht brauchbar, durch die spezielle Zucht legen sie jedoch verhältnismäßig wenig Fleisch an. Brüder der Legehennen werden meist nach dem Schlupf getötet. Aus ethischen Gründen steht dieses Töten in der Kritik. Auf EU-Ebene werden entsprechende Verbote von Kükenshreddern laufend diskutiert. Die Alternativen sind:

- Früherkennung im Ei: Derzeit in der Praxis etablierte Systeme können das Geschlecht ab dem 9. Tag feststellen, Hühnerküken haben jedoch bereits ab dem 7. Tag ein Schmerzempfinden. An früherer Erkennung wird gearbeitet.
- Aufzucht: Hähne können aufgezogen werden, brauchen jedoch für die Gewichtszunahme die doppelte bis dreifache Futtermenge. Ökologisch nachhaltig ist diese Aufzucht daher nicht. Ökologie und Tierwohl stehen im Zielkonflikt. Zudem gibt es nicht ausreichend Abnehmer für die männlichen Masthähne, da ihr Fleisch zäher und dunkler ist. Für die Zucht werden deutsche Hähne seit dem Verbot des Kükentötens meist nach Polen exportiert, dort unter Haltungsbedingungen auf EU-Mindestlevel aufgezogen und getötet. Aufgrund fehlender Abnahme in der EU werden sie zu großen Teilen zu niedrigen Preisen in den Na-

hen Osten und Nordafrika exportiert, überschwemmen dort den Markt und zerstören die regionale Landwirtschaft.

Im Bio-Segment haben sich 2016 alle österreichischen Händler mit den Zuchtbetrieben auf eine Branchenlösung geeinigt. Männliche Bio-Küken werden seither gemeinsam mit Masthühnern aufgezogen. Diese Hähne sind in geringen Mengen im Ganzen im Handel erhältlich und werden sonst zu Geflügelwurst u.ä. verarbeitet. Seit 1.1.2022 ist in Österreich das Töten von Eintagsküken generell verboten, im Gegensatz zu Deutschland allerdings mit einer wesentlichen Ausnahme: für die Verwendung als Tierfutter dürfen Küken auch weiterhin getötet werden. Diese jungen Hähne werden üblicherweise durch langsame Steigerung des CO₂-Gehalts betäubt und durch fehlenden Sauerstoff getötet. Lebendiges Schreddern, wie in Medien unter dem Titel „Kükenshreddern“ skandalisiert, ist nicht mit dem österreichischen Tierschutz-Gesetz vereinbar und daher auch bisher nicht angewandt worden.

SPAR begrüßt diese Ausnahme und befürwortet eine derartige Regelung auch auf EU-Ebene aus zwei wesentlichen Gründen: Die Aufzucht der männlichen Küken ist wirtschaftlich und ökologisch nicht sinnvoll, da der Futtermittelaufwand in keinem Verhältnis zur erzielten Fleischmenge und -qualität steht. Und zweitens besteht ein hoher Bedarf an Eintagsküken in Zoos etc. 16 Mio. Eintagsküken wurden bisher zu einem großen Teil aus dem Ausland nach Österreich für diesen Zweck importiert, da für die heimische Brüterei keine Logistik zur Abgabe bestand. Durch die Verwendung von österreichischen Küken für die Verfütterung ist eine sinnvolle Verwendung für diese Lebewesen gefunden, die sonst nach einigen Wochen mit enormen Ressourcenaufwand aufgezogen und ebenso geschlachtet worden wären.

Anhebung Tierwohl bei AMA-Schweinefleisch in Österreich

Das gesamte Fleisch, das in den TANN-Fleischwerken in Österreich verarbeitet wird, stammt aus Österreich. Im Ländervergleich sind die gesetzlichen Grundlagen für die Tierhaltung in Österreich bereits die strengsten. Darauf aufbauend betreibt SPAR Programme mit noch strengeren Tierwohl-Vorgaben. Die SPAR-eigenen TANN Fleischwerke verarbeiten ausschließlich österreichisches Rind- und Schweinefleisch. Rohes Schweine- und Rindfleisch in den SPAR-Märkten ist mit dem AMA-Gütesiegel gekennzeichnet. Dieses garantiert durch externe Kontrollen die Einhaltung von Vorgaben bei der Medikamentengabe und der strengen österreichischen Tierschutz-Ge-

setze, geht jedoch bisher nicht über die gesetzliche Basis hinaus. 2021 wurde das AMA-Gesetz überarbeitet und Maßnahmen eingeleitet, die über das gesetzliche Niveau hinausgehen werden:

- Ab 2022 haben AMA-Schweine um 10% mehr Platz als beim gesetzlichen Mindest-Niveau.
- Bis 2026 werden auch Zuchtbetriebe ins Gütesiegel eingebunden und müssen die AMA-Auflagen erfüllen.
- Bis 2030 sollen 1 Mio. Schweine (von rund 2,5 Mio. in Österreich jährlich aufgezogenen) aus Bio- oder AMA-Tierwohlhaltung stammen.
- Bis 2030 soll der Import von Übersee-Soja für die Schweinefütterung um 50% reduziert werden.
- Ab 2033 sind Vollspalt-Böden im AMA-Gütesiegel verboten. Neue Ställe werden ab sofort nur mehr gefördert, wenn sie auf maximal 40% der Fläche perforierte Böden aufweisen.

SPAR begrüßt die schrittweise Anhebung der Tierwohl-Vorgaben, da diese eine Anpassung der landwirtschaftlichen Betriebe in einem realistischen Zeitraum ermöglicht.

Generell hat sich SPAR in Österreich selbst verpflichtet, ausschließlich heimisches Schweine-, Rind- und Kalbfleisch anzubieten und hält dieses Versprechen seit über 25 Jahren. Jeweils wird auch Bio-Qualität und Fleisch aus verbesserter Tierwohl-Haltung angeboten. Bei Hühnern vertreibt SPAR in Österreich zu über 90 Prozent heimisches Qualitätsfleisch, das mindestens das AMA-Gütesiegel trägt. Bei

einigen Artikeln wird auch Fleisch aus Italien oder Deutschland angeboten, dieser Anteil beträgt unter 10 Prozent. Zusätzlich hat SPAR in Österreich 2019 das Programm „SPAR schaut drauf“ für Geflügel eingeführt, das unter anderem mindestens 20 Prozent mehr Platz als gesetzlich vorgeschrieben vorgibt, Frischluft-Zugang und eine maximale Transportzeit zum Schlachthof von sechs Stunden. SPAR bietet keine Gänse aus Stopfmast an bzw. Gänse die lebend gerupft wurden. Alle Gänse bei SPAR in Österreich sind kontrolliert frei von Lebendrupf und Stopfmast. SPAR bietet zudem generell keine Kaninchen aus Zucht, da diese nicht artgerecht gehalten werden können.

Tierwohl bei Textilprodukten

Sowohl in größeren Lebensmittel-Märkten als auch bei Hervis werden Textilien angeboten. Teile davon können aus tierischen Rohstoffen hergestellt werden, für die besondere Tierwohl-Standards angewandt werden. SPAR, INTERSPAR und Maximarkt in Österreich, SPAR Slowenien, SPAR Kroatien, SPAR Ungarn sowie Hervis verzichten auf jeglichen Echtpelz bei Textilien. Bei SPAR Ungarn und Kroatien wird auch keine Merino-Wolle angeboten.

Hervis hat für die Sicherung des Tierwohls bei Hervis-Markenprodukten in den Einkaufsrichtlinien fixiert: Hervis führt keinen Echtpelz, keine Daunen aus Lebend-Rupf und stellt bei Merino-Wolle sicher, dass diese ohne Mulesing hergestellt wurde.

4.5.8. Verbot von Glyphosat

GRI 304-2

SPAR setzt sich weiterhin vehement für ein endgültiges Verbot von Glyphosat ein. Das Pestizid wurde für den Menschen als wahrscheinlich krebserregend eingestuft und hat massive Auswirkungen auf die Biodiversität, da der Zweck des Mittels die Vernichtung von Beikräutern auf Feldern ist. SPAR setzt sich daher gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation Greenpeace für ein Verbot von Glyphosat in der gesamten EU ein.

Im eigenen Sortiment hat SPAR bereits Maßnahmen ergriffen. So gibt SPAR beispielsweise Null-Toleranz für Glyphosat bei Obst und Gemüse vor, das in Österreich unter

SPAR-Marken verkauft wird und kontrolliert regelmäßig in Österreich und im Ausland angebaute Früchte auf die Freiheit von Rückständen. Auf SPAR-Grundstücken ist den beauftragten Landschaftspflegern die Anwendung von Glyphosat strengstens untersagt. Stattdessen sollen alternative Pflanzenschutzmethoden gefördert werden. 2022 läuft die derzeit gültige Ausnahmegenehmigung der EU für Glyphosat aus, daher wird sich SPAR gemeinsam mit etablierten NGOs wieder verstärkt für ein Ende dieser Genehmigung von Glyphosat einsetzen.

4.6. Qualitätsstandards für Produkte

<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sortiments- & Produktführerschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir sprechen uns für hohe Qualität und Kompetenz bei Frische aus. ○ Unsere SPAR-Marken sind die attraktivsten in der gesamten Branche und haben das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. • Wir haben bei unseren Kunden ein Qualitätsimage über dem Branchenschnitt. <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lieferketten und Einkaufsstandards • Qualitätsstandards für Produkte • Schutz von Kundendaten <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alle Länder: SPAR hält die Anzahl von Produktrückrufen aufgrund von Gesundheitsrisiken auf konstant niedrigem Niveau. <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (2016) <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit • 416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen
--

GRI 103-1

Qualität und Sicherheit der angebotenen Produkte sind die Basis der Kundenanforderungen in allen Geschäftsbereichen von SPAR. Eine Verletzung dieser Anforderungen kann zu einem gesundheitlichen Schaden für einzelne Kundenschaften ebenso führen, wie zu einem großen Image-Schaden für die Marke SPAR. Daher setzt SPAR hohe Standards an die Qualitätskontrolle aller Produkte und Dienstleistungen.

len der Produkte und zusätzliche Stichprobenkontrollen auf Basis einer Risikoanalyse sichern die Einhaltung dieser Vorgaben.

Alle SPAR-Marken-Lebensmittel müssen entweder in einem Unternehmen, das nach einem internationalen Lebensmittelsicherheits-Standard zertifiziert ist (wie z.B. IFS food, BRFGS food oder FSSC22000) produziert werden – oder es muss jährliche ein Audit auf Basis des SPAR eigenen Qualitätsprogrammes bestanden werden. Alle Textilien bei SPAR und HERVIS müssen allen EU-Qualitätskriterien, wie der REACH-Verordnung entsprechen. Als Ergänzung zu diesen eigenen Vorgaben greift SPAR auch auf international etablierte Programme zurück, die Rückverfolgbarkeit und (Basis-)Standards sicherstellen. Zu diesen gehören beispielsweise Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ, Ohne Gentechnik hergestellt, Bio und viele weitere.

GRI 103-2

Zur Sicherheit zählen die gesundheitliche Unbedenklichkeit gleichermaßen, wie die sichere Anwendung von Produkten. Basis für die SPAR-Qualitätsstandards sind die gesetzlichen Vorgaben im jeweiligen Land, in dem die Produkte verkauft werden. Über diese Standards bei Inhaltsstoffen oder Verarbeitung gehen die SPAR-Standards für bestimmte Sortimentsgruppen noch hinaus oder treffen Regelungen, wenn gesetzliche Vorgaben fehlen. So gibt SPAR beispielsweise strengere Grenzwerte für Glyphosat bei Obst und Gemüse vor, das in Österreich unter SPAR-Marken verkauft wird und kontrolliert regelmäßig in Österreich und im Ausland angebaute Früchte sowie verarbeitete Produkte auf die Freiheit von Rückständen. Derartige Qualitätskriterien hat SPAR für zahlreiche Produktgruppen, wie beispielsweise Obst und Gemüse oder für SPAR-Marken wie SPAR Natur*pur festgelegt und deren Einhaltung mit Lieferanten in eigenen Vereinbarungen festgehalten. Regelmäßige Kontrol-

Ein relativ neues Thema in Zusammenhang mit Sicherheit ist der Datenschutz. Für angebotene Dienstleistungen wie Kundenmagazine, Kundenkarten in Ungarn und Slowenien oder den Online-Vertrieb verarbeitet SPAR teilweise sensible Kundendaten. Auch für ihre Sicherheit setzt SPAR hohe Standards an und stellt sich frühzeitig auf neue gesetzliche Rahmenbedingungen wie die EU-Datenschutzgrundverordnung ein. Eigene Verantwortliche für die Einhaltung des Datenschutzes überprüfen die Einhaltung der gesetzten Standards und prüft mögliche Verfehlungen

4.6.1. Etabliertes Qualitätsmanagement für SPAR-Marken

GRI 103-3

SPAR prüft im Rahmen des eigenen Qualitätsmanagements die SPAR-Marken regelmäßig auf deren Qualität und Übereinstimmung mit den mit Lieferanten vereinbarten Zusammensetzungen. Das Team des SPAR Qualitätsmanagements in Österreich führt dazu selbst Tests der Produkte auf Haltbarkeit, Zusammensetzung und Inhaltsstoffe durch und beauftragt auch externe Labore mit Untersuchungen. Insgesamt wurden in Österreich im Jahr 2021 5,478 Produkte genau unter die Lupe genommen. Die Auswahl der zu analysierenden Produkte erfolgt auf Basis von Risikobewertungen und regelmäßigen Stichproben aus unterschiedlichen Sortimenten. Zum Prüfumfang des Qualitätsmanagement zählen neben den Produktanalysen auch Besuche in den Produktionsbetrieben, um dort beispielsweise die Einhaltung von Arbeitsbedingungen oder der von SPAR definierten Tierhaltungsbedingungen beispielsweise bei Legehennen zu prüfen.

GRI 416-2

SPAR ist nicht nur Händler, sondern teilweise auch Produzent hochwertiger Lebensmittel. In insgesamt acht TANN-Fleischwerken, der REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung sowie dem SPAR-eigenen Weingut Schloss Fels werden hochwertige Lebensmittel nach international anerkannten Standards produziert. Die sechs TANN Fleischwerke in Österreich und in Biske (Ungarn) arbeiten nach interna-

tionalen Hygiene- und Lebensmittelsicherheitsstandards nach ISO 22000. Das neue Fleischwerk in Monselice (Italien) sowie das Werk für Convenience-Produkte in Üllö (Ungarn) werden 2022 zertifiziert, das neue Fleischwerk in Perbál (Ungarn) 2023. REGIO ist nach IFS Global Markets Food V2 zertifiziert.

Ziel dieser Standards und Untersuchungen ist ein möglichst sicheres Sortiment und die Erkennung von fehlerhaften Chargen, um Produkte zurückrufen zu können und somit Konsumenten vor dem Verzehr zu schützen. Kennzahlen für die Qualität von Produkten sind daher einerseits die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchungen und die daraus resultierenden etwaigen öffentlichen Produktrückrufe aufgrund von Gesundheitsgefährdung. Im Jahr 2021 hat die SPAR HOLDING insgesamt fünf Artikel in mehreren Ländern, zusätzlich einen Artikel in Österreich, einen Artikel in Kroatien, 15 Artikel in Ungarn und einen Artikel bei Hervis zurückgerufen. Die Produkte wurden zur Sicherheit von Kunden umgehend aus dem Verkauf genommen. Relevante Strafen aufgrund von Gesundheitsgefährdungen gab es nicht. Im Vergleich zum Vorjahr mit 34 zurückgerufenen Produkten war somit ein Rückgang zu verzeichnen, im Vergleich zu 2019 blieb die Zahl relativ konstant.



5. Mitarbeitende bei SPAR

Teil der SPAR-Familie sein bedeutet: Unter vielfältigen Berufsmöglichkeiten den richtigen Job finden, flexible Arbeitszeiten, Karrierewege beschreiten und dabei gefördert werden, Teamspirit und vieles mehr. Ob in den über 3.000 SPAR-, INTERSPAR oder Hervis-Märkten in sieben Ländern, in den Regionalzentralen oder in den SES-Shopping-Centern: Als größter privater österreichischer Arbeitgeber und einer der größten Arbeitgeber in Mitteleuropa, bietet die SPAR HOLDING sichere, moderne Arbeitsplätze in einem spannenden Umfeld mit einem vielfältigen Team.

5.1. Beschäftigung in der SPAR-Gruppe



GRI 103-1

<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Leadership <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir sind der attraktivste Arbeitgeber. ○ Alle Mitarbeitenden werden in ihrer Würde und Einzigartigkeit angenommen. <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeitergesundheit • Zusatzleistungen für Mitarbeitende <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Österreich: Über 80 Prozent der Mitarbeitenden empfehlen SPAR It. Mitarbeiter-Befragung als Arbeitgeber weiter. <p>Beitrag zu den SDGs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziel 5. Geschlechtergleichstellung <ul style="list-style-type: none"> ○ 5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen. • Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum <ul style="list-style-type: none"> ○ 8.5 Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 401: Beschäftigung (2016) • SPAR KPI: Mitarbeiterbefragung <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation • SPAR KPI: Beteiligung an Mitarbeiterbefragung

Im Lebensmitteleinzelhandel mit Bedienung und Sportfachhandel ist Beratung durch gut geschulte und motivierte Mitarbeitende essentiell wichtig für den langfristigen Geschäftserfolg. Ebenso sind gut ausgebildete Mitarbeitende für den Betrieb von Shopping-Centern unerlässlich.

Die Anzahl der zur Verfügung stehenden potentiellen Mitarbeitenden sinkt in allen Ländern durch demografische Entwicklungen. Weniger Mitarbeitende im arbeitsfähigen Alter stehen mehr Bedarf an Mitarbeitenden in unterschiedlichen Branchen gegenüber. Zwischen Arbeitgebern entsteht somit zunehmend ein Wettbewerb um Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.

SPAR positioniert sich daher in allen Ländern als attraktiver Arbeitgeber, um die richtigen Mitarbeitenden für offene Positionen zu finden, passende Arbeitnehmer zu halten und durch positive Mundpropaganda neue Arbeitnehmer anzuziehen. Maßnahmen, die zur Attraktivität beitragen sollen, sind faire Bezahlung, flexible Arbeitszeiten, Arbeitnehmervertretungen, Ge-

sundheitsinitiativen und freiwillige Zusatzleistungen wie Veranstaltungen, Einkaufsvorteile oder Jubiläumsvergütungen. Die SPAR-Gruppe versucht mit verschiedenen Programmen die **Attraktivität als Arbeitgeber** auf hohem Niveau zu halten und weiter zu verbessern.

Insgesamt soll durch diese Programme, die alle ins Employer Branding von SPAR einzahlen, die Attraktivität von SPAR als Arbeitgeber gesteigert werden, um so auch in Zukunft ausreichend qualifizierte und motivierte Mitarbeitende für die Arbeit bei SPAR zu finden und zu halten. Rückmeldung über die Zufriedenheit der Mitarbeitenden erhält das SPAR-Management über die konzernweite Mitarbeiter-Befragung, die alle drei Jahre stattfindet.

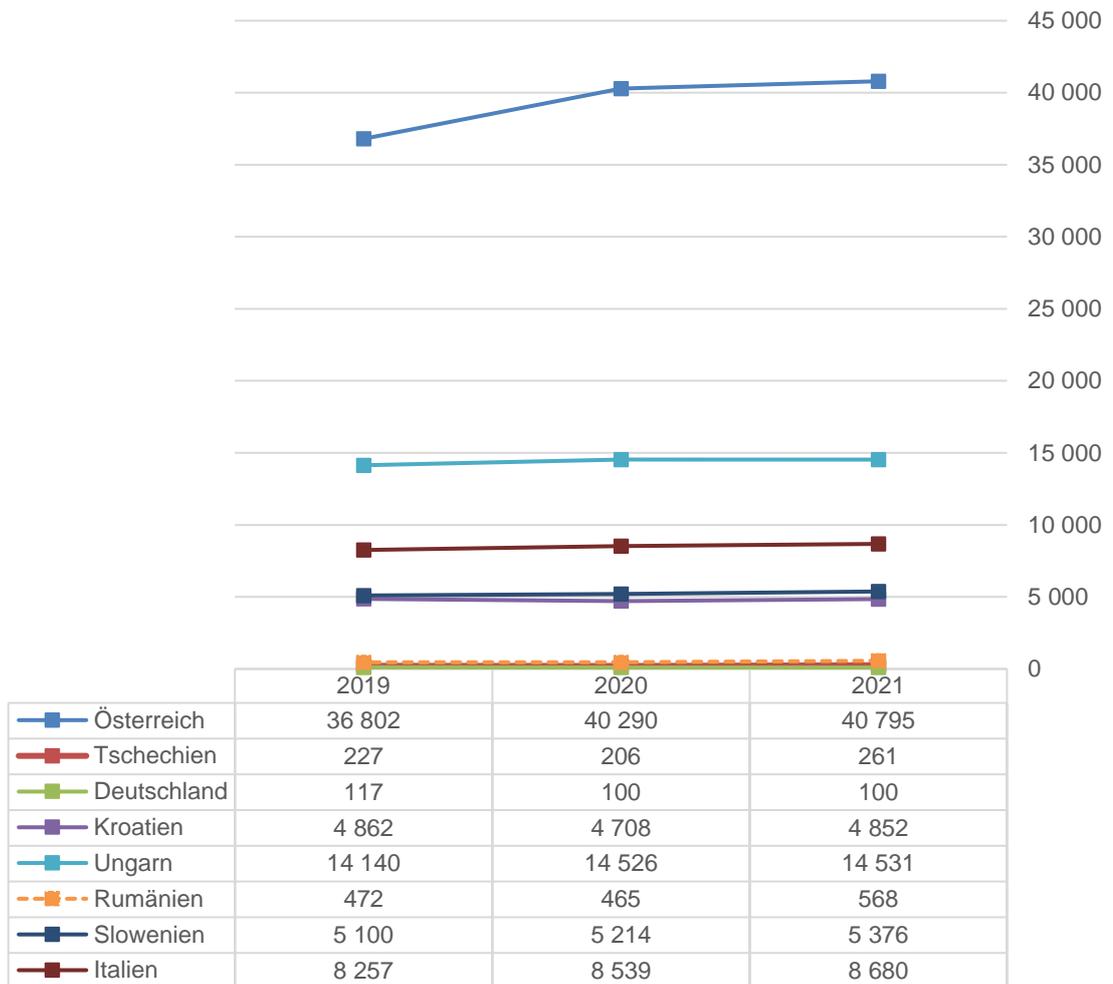
Mit Stichtag 31.12.2021 hatten 75.163 Mitarbeitende bei SPAR eine Anstellung. Weitere 19.217 Mitarbeitende haben im Laufe des Jahres das Unternehmen verlassen. Am Stichtag 31.12.2021 waren um 5.186 Mitarbeitende mehr angestellt als im Vorjahr, das entspricht einem Wachstum von rund 6,9 Prozent.

GRI 103-2

GRI 102-8

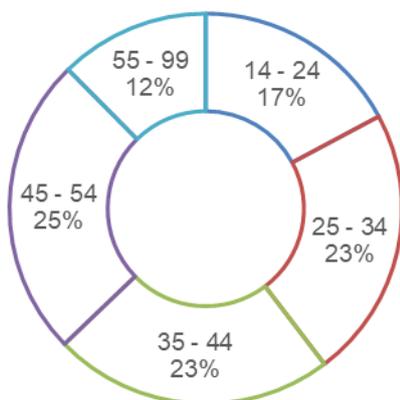
GRI 103-3

Mitarbeitende nach Ländern



2021 hat die SPAR HOLDING erstmals über 75.000 Menschen beschäftigt.

Mitarbeitende nach Alter



Mitarbeitendenkategorien



Der überwiegende Teil der Mitarbeitenden von SPAR sind Angestellte, nach Altersgruppen ist die Belegschaft ausgeglichen.

Mitarbeitende der SPAR HOLDING AG (Anzahl / %)

		2021						2020						2019					
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt	
Regionen	Österreich	29.585	39,36%	11.210	14,91%	40.795	54,28%	29.309	39,58%	10.981	14,83%	40.290	54,41%	27.001	38,59%	9.801	14,01%	36.802	52,59%
	Tschechien	173	0,23%	88	0,12%	261	0,35%	131	0,18%	75	0,10%	206	0,28%	150	0,21%	77	0,11%	227	0,32%
	Deutschland	43	0,06%	57	0,08%	100	0,13%	49	0,07%	51	0,07%	100	0,14%	60	0,09%	57	0,08%	117	0,17%
	Kroatien	3.649	4,85%	1.203	1,60%	4.852	6,46%	3.523	4,76%	1.185	1,60%	4.708	6,36%	3.628	5,18%	1.234	1,76%	4.862	6,95%
	Ungarn	10.803	14,37%	3.728	4,96%	14.531	19,33%	10.786	14,57%	3.740	5,05%	14.526	19,62%	10.552	15,08%	3.588	5,13%	14.140	20,21%
	Rumänien	343	0,46%	225	0,30%	568	0,76%	283	0,38%	182	0,25%	465	0,63%	268	0,38%	204	0,29%	472	0,67%
	Slowenien	4.091	5,44%	1.285	1,71%	5.376	7,15%	3.937	5,32%	1.277	1,72%	5.214	7,04%	3.870	5,53%	1.230	1,76%	5.100	7,29%
	Italien	5.548	7,38%	3.132	4,17%	8.680	11,55%	5.408	7,30%	3.131	4,23%	8.539	11,53%	5.298	7,57%	2.959	4,23%	8.257	11,80%
	Gesamt	54.235	72,16%	20.928	27,84%	75.163		53.426	72,15%	20.622	27,85%	74.048		50.827	72,63%	19.150	27,37%	69.977	
Altersstufen	14 - 24	8.302	11%	4.596	6%	12.898	17%	8.583	12%	4.710	6%	13.293	18%	7.639	11%	4.231	6%	11.870	17%
	25 - 34	11.610	15%	5.303	7%	16.913	23%	11.278	15%	5.187	7%	16.465	22%	10.904	16%	4.776	7%	15.680	22%
	35 - 44	12.711	17%	4.669	6%	17.380	23%	12.896	17%	4.580	6%	17.476	24%	12.624	18%	4.370	6%	16.994	24%
	45 - 54	14.600	19%	4.078	5%	18.678	25%	14.195	19%	3.975	5%	18.170	25%	13.715	20%	3.748	5%	17.463	25%
	55 - 99	7.012	9%	2.282	3%	9.294	12%	6.474	9%	2.170	3%	8.644	12%	5.945	8%	2.025	3%	7.970	11%

Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben zu sozialen Themen. Die Unterscheidung nach Geschlechtern ist in Personalsystemen derzeit auf männlich und weiblich beschränkt.

Neue Mitarbeitende (Anzahl / %)

Regionen		2021			2020			2019		
		weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Österreich		8.756 30%	4.310 38%	13.066 32%	9.828 34%	4.859 44%	14.687 36%	8.139 30%	3.803 39%	11.942 32%
Tschechien		81 47%	30 34%	111 43%	26 20%	9 12%	35 17%	61 41%	20 26%	81 36%
Deutschland		19 44%	28 49%	47 47%	14 29%	25 49%	39 39%	32 53%	51 89%	83 71%
Kroatien		1.007 28%	438 36%	1.445 30%	803 23%	377 32%	1.180 25%	1.286 35%	640 52%	1.926 40%
Ungarn		2.137 20%	907 24%	3.044 21%	2.140 20%	1.040 28%	3.180 22%	2.197 21%	964 27%	3.161 22%
Rumänien		272 79%	177 79%	449 79%	144 51%	144 79%	288 62%	231 86%	238 117%	469 99%
Slowenien		525 13%	249 19%	774 14%	396 10%	211 17%	607 12%	574 15%	315 26%	889 17%
Italien		769 55%	627 45%	1.396 16%	627 53%	565 47%	1.192 14%	724 58%	530 42%	1.254 15%
Gesamt		13.566 67%	6.766 33%	20.332 27%	13.978 66%	7.230 34%	21.208 29%	13.244 67%	6.561 33%	19.805 28%
Altersstufen	14 - 24	5.331 64%	3.349 73%	8.680 67%	5.974 70%	3.672 78%	9.646 73%	5.151 67%	3.280 78%	8.431 71%
	25 - 34	3.239 28%	1.746 33%	4.985 29%	3.075 27%	1.817 35%	4.892 30%	2.980 27%	1.690 35%	4.670 30%
	35 - 44	2.153 17%	842 18%	2.995 17%	2.263 18%	891 19%	3.154 18%	2.213 18%	810 19%	3.023 18%
	45 - 54	1.665 11%	476 12%	2.141 11%	1.580 11%	535 13%	2.115 12%	1.614 12%	452 12%	2.066 12%
	55 - 99	1.178 17%	353 15%	1.531 16%	1.086 17%	315 15%	1.401 16%	1.286 22%	329 16%	1.615 20%

401-a: Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben

Mitarbeitende, die das Unternehmen verlassen haben (Anzahl / %)

Regionen		2021				2020				2019									
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich									
Regionen	Österreich	8.481	29%	4.080	36%	12.561	31%	7.520	26%	3.679	34%	11.199	28%	7.241	27%	3.370	34%	10.611	29%
	Tschechien	39	23%	17	19%	56	21%	40	31%	16	21%	56	27%	71	47%	41	53%	112	49%
	Deutschland	25	58%	22	39%	47	47%	25	51%	31	61%	56	56%	25	42%	42	74%	67	57%
	Kroatien	882	24%	419	35%	1.301	27%	908	26%	426	36%	1.334	28%	1.101	30%	609	49%	1.710	35%
	Ungarn	2.120	20%	919	25%	3.039	21%	1.906	18%	888	24%	2.794	19%	2.147	20%	880	25%	3.027	21%
	Rumänien	204	59%	142	63%	346	61%	130	46%	165	91%	295	63%	196	73%	215	105%	411	87%
	Slowenien	371	9%	241	19%	612	11%	329	8%	164	13%	493	9%	512	13%	270	22%	782	15%
	Italien	627	11%	628	20%	1.255	14%	516	10%	394	13%	910	11%	540	10%	483	16%	1.023	12%
	Gesamt		12.749	24%	6.468	31%	19.217	26%	11.374	21%	5.763	28%	17.137	23%	11.833	23%	5.910	31%	17.743
Altersstufen	14 - 24	5.191	63%	3.219	70%	8.410	65%	4.599	54%	2.954	63%	7.553	57%	4.601	60%	2.974	70%	7.575	64%
	25 - 34	2.842	24%	1.638	31%	4.480	26%	2.600	23%	1.397	27%	3.997	24%	2.779	25%	1.523	32%	4.302	27%
	35 - 44	1.971	16%	750	16%	2.721	16%	1.692	13%	682	15%	2.374	14%	1.914	15%	695	16%	2.609	15%
	45 - 54	1.520	10%	449	11%	1.969	11%	1.307	9%	395	10%	1.702	9%	1.485	11%	387	10%	1.872	11%
	55 - 99	1.225	17%	412	18%	1.637	18%	1.176	18%	335	15%	1.511	17%	1.054	18%	331	16%	1.385	17%

401-a: Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben

Mitarbeitende nach Arbeitsverträgen

		2021						2020						2019					
		weiblich			männlich			Gesamt						weiblich			männlich		
permanent	Österreich	29.585	73%	11.210	27%	40.795	100%	29.309	73%	10.981	27%	40.290	100%	27.001	73%	9.801	27%	36.802	100%
		109	42%	63	24%	172	66%	107	52%	58	28%	165	80%	90	40%	62	27%	152	67%
	Deutschland	43	43%	57	57%	100	100%	49	49%	51	51%	100	100%	60	51%	57	49%	117	100%
	Kroatien	3.022	62%	979	20%	4.001	82%	2.940	62%	949	20%	3.889	83%	3.010	62%	998	21%	4.008	82%
	Ungarn	10.389	71%	3.606	25%	13.995	96%	10.249	71%	3.531	24%	13.780	95%	10.041	71%	3.397	24%	13.438	95%
	Rumänien	251	44%	159	28%	410	72%	229	49%	143	31%	372	80%	205	43%	145	31%	350	74%
	Slowenien	3.806	71%	1.171	22%	4.977	93%	3.757	72%	1.189	23%	4.946	95%	3.738	73%	1.156	23%	4.894	96%
	Italien	5.023	58%	2.773	32%	7.796	90%	4.990	58%	2.767	32%	7.757	91%	4.817	58%	2.640	32%	7.457	90%
temporär	Österreich*	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Tschechien	64	25%	25	10%	89	34%	24	12%	17	8%	41	20%	60	26%	14	6%	74	33%
	Deutschland*	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Kroatien	627	13%	224	5%	851	18%	568	12%	251	5%	819	17%	618	13%	236	5%	854	18%
	Ungarn	414	3%	122	1%	536	4%	537	4%	209	1%	746	5%	511	4%	191	1%	702	5%
	Rumänien	92	16%	66	12%	158	28%	54	12%	39	8%	93	20%	63	13%	59	13%	122	26%
	Slowenien	285	5%	114	2%	399	7%	180	3%	88	2%	268	5%	132	3%	74	1%	206	4%
	Italien	525	6%	359	4%	884	10%	418	5%	364	4%	782	9%	481	6%	319	4%	800	10%

* In den Personalverwaltungssystemen in Österreich und Deutschland sind keine Befristungen hinterlegt. Befristete Verträge können daher nicht ausgewertet werden.

Mitarbeitende nach Beschäftigungsverhältnis

		2021						2020						2019					
		Beschäftigungs-	Vollzeit	30.531	41%	17.650	23%	48.181	64%	29.621	40%	17.281	23%	46.902	63%	28.615	41%	16.273	23%
Verhältnis	Teilzeit	23.350	31%	3.632	5%	26.982	36%	23.805	32%	3.341	5%	27.146	37%	22.212	32%	2.876	4%	25.088	36%

102-8d Es gibt keinen signifikanten Anteil an Arbeiten durch Mitarbeiter verrichtet werden, die keine Angestellten sind.

102-8e Es gibt keine signifikanten saisonbedingten Änderungen der Mitarbeiterzahlen.

102-8f Alle Mitarbeiterzahlen werden über SAP-HR erhoben und anschließend kumuliert.

Zusammensetzung der Führungskräfte

	2021						2020						2019						
	weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich				
Führungskräfte	14 - 24	159	2%	72	1%	231	3%	163	2%	74	1%	237	4%	153	2%	68	1%	221	4%
	25 - 34	733	11%	512	8%	1.245	19%	723	11%	506	8%	1.229	19%	646	11%	474	8%	1.120	18%
	35 - 44	1.114	17%	706	11%	1.820	27%	1.159	18%	685	10%	1.844	28%	1.162	19%	645	11%	1.807	29%
	45 - 54	1.638	25%	706	11%	2.344	35%	1.617	25%	681	10%	2.298	35%	1.510	25%	634	10%	2.144	35%
	55 - 99	614	9%	368	6%	982	15%	564	9%	353	5%	917	14%	517	8%	318	5%	835	14%
Gesamt	4.258	64%	2.364	36%	6.622		4.226	65%	2.299	35%	6.525		3.988	65%	2.139	35%	6.127		

405-1a: Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben

5.1.1. Vielfalt unter den Mitarbeitenden



Die SPAR-Familie ist so vielfältig, wie die Gesellschaft in den Ländern, in denen SPAR tätig ist. Alter, Geschlecht, Herkunftsländer, Glaubensgemeinschaften und Sprachen sind ebenso vielfältig durchmischt, wie die Bevölkerung. Diese Vielfalt führt zu einer perfekten Anpassung an die Bedürfnisse der Kundschaft, da die Mitarbeitenden von SPAR besondere Bedürfnisse wie Ernährungsgewohnheiten aus dem eigenen kulturellen Hintergrund nachvollziehen können. Unterschiede in Sprache, Kultur oder Religion können aber auch hinderlich im Zusammenarbeiten sein, besonders dann, wenn beispielsweise Konflikte zwischen Glaubensgemeinschaften oder Volksgruppen sich auf das Arbeitsumfeld übertragen. SPAR beugt möglichen Problemen in vielfältiger Weise vor. Beispielsweise lernen Lehrlinge der SPAR-Akademie Wien im Unterrichtsfach Kulturpflege die Gebräuche unterschiedlicher Kulturen kennen und verstehen und werden somit auf den Umgang mit Kolleginnen und Kollegen, aber auch der Kundschaft mit anderem kulturellen Hintergrund vorbereitet. Im Fall von Konflikten in Filialen hat SPAR ein klares Beschwerdewesen etabliert, das über Vorgesetzte oder Vertrauenspersonen wie den Betriebsrat zur Konfliktlösung beiträgt.

Geschlechterneutralität

Großes gesellschaftliches Thema ist die Diversität nach Geschlechtern bzw. die Beachtung von Menschen, die sich keinem der beiden klassischen Geschlechtern zuordnen. SPAR in Österreich hat 2021 einen Leitfaden zur gendergerechten Sprache erstellt und intern kommuniziert sowie den Ländern als Grundlage für eigene Leitlinien zur Verfügung gestellt. Darin ist unter anderem geregelt, wie Stellenausschreibungen geschlechtsneutral zu formulieren sind, um offene Positionen für alle Mitarbeitenden attraktiv zu bewerben. Mitarbeitende können auch angeben, sich non-binary

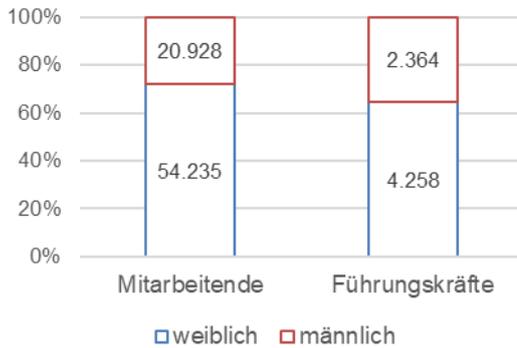
zu definieren. Die Personalsysteme in Österreich sind bereits darauf ausgelegt, bisher hat jedoch kein:e Mitarbeitende:r diese Eintragung verlangt. Anschließend würden auch die entsprechenden Reporting-Systeme angepasst.

Menschen mit Beeinträchtigung

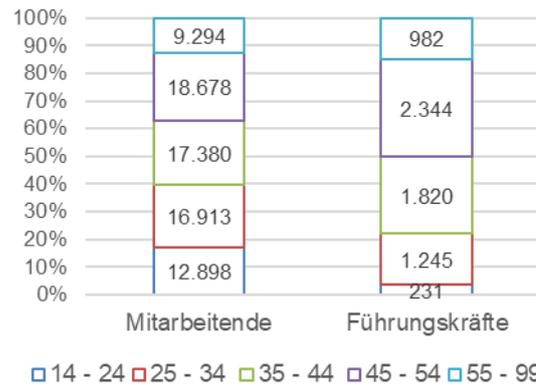
SPAR stellt Mitarbeitende mit körperlichen oder psychischen Beeinträchtigungen in vielen Geschäftseinheiten an und setzt in Österreich und in Ungarn Schwerpunkte zur Beschäftigung von Mitarbeitenden, die im sogenannten ersten Arbeitsmarkt schwer vermittelbar sind. Gemeinsam mit der gemeinnützigen Organisation „Janka Tanya“ verfolgt SPAR Ungarn das Ziel, Menschen mit Autismus und aus anderen Gründen eingeschränkter Arbeitsfähigkeit, am Gesellschaftsleben teilnehmen und tagsüber einer Beschäftigung nachgehen zu lassen. 2021 beschäftigte SPAR Ungarn 95 Menschen mit verschiedenen Einschränkungen. Außerdem hat SPAR Ungarn eine eigene Referentin für Chancengleichheit im Unternehmen etabliert, die beispielsweise interne Sensibilisierungstrainings organisiert.

Österreichweit werden elf SPAR-Supermärkte von Sozialorganisationen als sozialökonomische Märkte geführt, in denen Menschen der Einstieg ins Arbeitsleben erleichtert wird, die aus unterschiedlichen Gründen am regulären Arbeitsmarkt keine Anstellung finden. In den Märkten können zum Beispiel Jugendliche mit physischer oder psychischer Beeinträchtigung ihre Ausbildung oder Teilqualifikation in Handelsberufen absolvieren. Auch Langzeitarbeitslosen, Wiedereinsteiger:innen, sowie älteren Arbeitssuchenden oder Menschen mit Migrationshintergrund wird hier der Einstieg ins Berufsleben erleichtert. Nach Abschluss des jeweiligen Programmes finden die zu engagierten und kompetenten Handels-Fachkräfte ausgebildeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Regel Arbeit in umliegenden SPAR-Filialen.

Verhältnis von Mitarbeitenden zu Führungskräften nach Geschlecht



Verhältnis von Mitarbeitenden zu Führungskräften nach Alter



Zusammensetzung der Führungskräfte nach Geschlecht und Alter im Verhältnis zu Mitarbeitenden. Als Führungskräfte zählen Geschäftsführer und Bereichsleitende in den Zentralen und Shopping-Centern, Marktleitung und deren Stellvertretung in SPAR und Hervis-Märkten sowie Bereichsleitende in den INTERSPAR-Hypermärkten. Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben.

GRI 405-2

Bei Ausbildung, Bezahlung und beruflichem Aufstieg ist SPAR die Chancengleichheit unabhängig von Diversitätsmerkmalen wichtig. Einstiegsgehälter werden daher nicht nach Geschlecht, sondern rein nach Qualifikation festgelegt. Für die Möglichkeiten der weiteren Entwicklung im Unternehmen zählen sowohl die beruflichen Qualifikationen als auch das persönliche Engagement der Mitarbeitenden. Daher werden von SPAR auch keine Diversitätsmerkmale wie Glaube, kultureller Hintergrund oder sexuelle Orientierung von Mitarbeitenden gespeichert. SPAR Ungarn hat sich 2020 der Kampagne für gleiche Löhne von Amnesty International Un-

garn angeschlossen. Damit hat sich das Unternehmen dazu verpflichtet, Lohndaten nach Geschlecht zu veröffentlichen. SPAR Ungarn hat daher 2021 entsprechende Daten für die größten Tätigkeitsfelder im Unternehmen veröffentlicht, es gibt hier keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Durch die Transparenz will SPAR Ungarn dazu beitragen, Lohnunterschiede zu verringern beziehungsweise zu verhindern.

Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz werden bei SPAR nicht geduldet. Daher geht SPAR jedem Einzelfall im Detail nach.

5.1.2. Zusatzleistungen für Mitarbeitende

SPAR achtet nicht nur auf eine faire Entlohnung auf oder über dem Niveau der Handelsangestellten in den Ländern, sondern auch auf Zusatzleistungen, die das Arbeiten bei und für SPAR besonders attraktiv machen. Dazu zählen

- die Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- Gesundheitsleistungen (siehe S. 74)
- Vergünstigungen beim Einkauf in der SPAR-Gruppe

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Der Großteil der SPAR-Mitarbeitenden sind Frauen, die in vielen Fällen zusätzlich die Obsorge und Verantwortung für Kinder oder pflegebedürftige Angehörige tragen. SPAR bietet verschiedene Modelle, um die Anforderungen von Beruf und Familie vereinbaren zu können. Rund die Hälfte der Mitarbeitenden bei SPAR sind in Teilzeit angestellt, verschiedene Arbeitszeitmodelle nehmen auf die Be-

dürfnisse von Kinderbetreuung und Co. Rücksicht. Auch bei der Personaleinsatzplanung sind Vorgesetzte angehalten, soweit wie bei ungestörtem Betrieb möglich, auf die Bedürfnisse von Müttern und Vätern sowie pflegenden Angehörigen einzugehen.

In Österreich und Slowenien ist dieses Engagement für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie auch mit Zertifikaten bestätigt: Die SPAR-Haupt- und INTERSPAR-Zentrale sowie alle sechs Zweigniederlassungen in Dornbirn, Wörgl, St. Pölten, Graz, Marchtrenk und Maria Saal haben das Zertifikat „beruf&familie“ erhalten. Seit 2021 sind alle INTERSPAR-Hypermärkte in Österreich sowie SPAR Slowenien ebenfalls zertifiziert. Die Umsetzung familienrelevanter Projekte, die den oftmals schwierigen Spagat zwischen den familiären und beruflichen Verpflichtungen erleichtern sollen, steht dabei im Mittelpunkt. Dazu zählen unter anderem ein aktives Karenzmanagement, um den Wiedereinstieg nach der Karenz zu erleichtern, eine flexible Arbeitszeitgestaltung

mit möglicher geringfügiger Beschäftigung während der Karenz, Elternteilzeit bis zum 7. Geburtstag des Kindes, flexible Vereinbarung von Teilzeitarbeit und die Gleitzeit-Regelung für Büromitarbeitende sowie die Unterstützung von Mitarbeitenden, die pflegebedürftige Angehörige betreuen.

SES bietet in den beiden Shopping-Centern EUROPARK Salzburg und SILLPARK Innsbruck einen ganzjährig geöffneten Betriebskindergarten für Kinder von Shoppartnern und Mitarbeitenden an.

SPAR Slowenien wurde erstmals 2017 vom slowenischen Arbeits-, Familien- und Sozialministerium mit dem Zertifikat „Familienfreundliches Unternehmen“ ausgezeichnet.

Ehrungen für langjährige Mitarbeitende

SPAR entrichtet in allen Ländern die gesetzlich vorgesehenen Beiträge für die jeweiligen Pensionssysteme. Langjährige Mitarbeitende sind durch ihr Praxiswissen und ihre Erfahrung besonders wichtig für das Unternehmen. Daher ehrt SPAR langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei regelmäßigen Festen und belohnt ihre Treue mit Zusatzleistungen. Je nach Dienstjubiläum und Region erhalten Mitarbeiter Prämien, Vergünstigungen oder zusätzliche Urlaubstage vom Unternehmen sowie Anerkennungen des Betriebsrats. Ab dem zehnten Jahr der Betriebszugehörigkeit zahlt

SPAR in Österreich außerdem einen freiwilligen Betrag in eine private Pensionsversicherung ein (Details siehe Betriebsvereinbarung). In Slowenien zahlt SPAR freiwillig für alle Mitarbeitenden in eine zusätzliche Pensionsversicherung ein.

Einkaufsvorteile und Essenszuschüsse

In vielen Regionen gewährt SPAR einen Essenszuschuss für alle Mitarbeitenden in den eigenen Märkten oder Restaurants. Zusätzlich erhalten Mitarbeitende bei Kooperationsunternehmen Vergünstigungen bei Einkäufen. Einen besonderen Service bietet SPAR in Österreich: Die Kollegen des VD SPAR Versicherungsdienstes prüfen auch private Versicherungen auf Preise und Leistungen und können die Konzernkonditionen bei Versicherungen auch für Mitarbeitende anbieten.

In Österreich bietet SPAR allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SPAR-AG, also auch INTERSPAR, Maximarkt, Hervis und SES, ein Bonusprogramm für Einkäufe im eigenen Unternehmen an. Je nach Umsatzhöhe des gesamten Jahreseinkaufs in Lebensmittel-Märkten erhalten Mitarbeitende am Jahresende bis zu fünf Prozent ihrer Einkaufssumme in Form des Mitarbeiter-Treuebonus retour. SPAR schüttete 2021 rund 6,5 Millionen Euro Treueprämie aus. Zudem erhalten alle Mitarbeitenden Rabatte bis zu 40 Prozent auf Einkäufe bei Hervis.

5.1.3. Mitarbeiterbefragung

SPAR KPI

In regelmäßigen Abständen fragt SPAR die Zufriedenheit von Mitarbeitenden mit ihrem Arbeitsplatz, ihrer Führungskraft und mit SPAR als Arbeitgeber ab. Bisher haben diese Mitarbeiterbefragungen im gesamten Konzern alle zwei Jahre stattgefunden, seit 2016 finden sie alle drei Jahre statt. 2019 haben zuletzt die SPAR-Länder Österreich, Italien, Kroatien und Slowenien alle Mitarbeitenden nach ihrer Zufriedenheit mit Aufgaben, Arbeitsplatz und Führungskräften befragt. SPAR Ungarn hat weiterhin eine eigene Mitarbeiter-Befragung. Aussagekräftig für SPAR sind dabei nicht nur die konkrete Bewertung von Führungskraft und Arbeitsplatz, sondern auch die Teilnahme-rate. Denn nur Mitarbeitende, die daran glauben, mit ihrer Teilnahme positive Veränderungen zu bewirken, fühlen sich dem Unternehmen verbunden. SPAR möchte daher die Beteiligung an der Mitarbeiterbefragung über 80 Prozent halten. Mit über 35.600 Teilnehmerin-

nen und Teilnehmern aus vier Ländern und einem Rücklauf von 78 Prozent wurde zwar die erwünschte Beteiligung knapp verfehlt, die Umfrage war jedoch trotzdem die größte in der SPAR-Geschichte. 85 Prozent aller Teilnehmenden haben angegeben, SPAR in ihrem Umfeld als Arbeitgeber weiterzuempfehlen.

Auch SES befragt regelmäßig alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Shopping-Centern und der SES-Zentrale um ihre Meinung zu SES als Arbeitgeber. Eine Rücklaufquote von 91 Prozent und eine Gesamtzufriedenheit von 88% sind Beleg für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden. 95 Prozent aller Mitarbeitenden der gesamten SES-Gruppe bestätigten auch 2019, dass Sie gerne im Unternehmen arbeiten.

Die nächste Mitarbeiterbefragung findet 2023 statt – aufgrund von Covid19 um ein Jahr verschoben.

5.2. Qualifikation der Mitarbeitenden



Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir sind der attraktivste Arbeitgeber.
 - Alle Mitarbeitenden werden in ihrer Würde und Einzigartigkeit angenommen.

Handlungsfelder

- Qualifikation der Mitarbeitenden

Ziele

- Österreich: 80 Prozent der Führungskräfte im Vertrieb haben die für ihre Position definiert Soll-Ausbildung absolviert.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 4. Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern
 - 4.4 Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen
 - 4.7 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung.

Themen nach GRI

- GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)
- SPAR KPI: Soll-Ausbildung

Kennzahlen nach GRI

- **404-1** Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem
- **404-2** Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe
- SPAR-KPI: Prozentsatz der Angestellten, die ihre Soll-Ausbildung, welche für ihre Tätigkeit vorgesehen ist, absolviert haben.

GRI 103-1

Qualifizierte Fachkräfte für den Verkauf von Lebensmitteln und Sportartikel, für die Verwaltung, das Lagerwesen oder die IT zu finden, wird in allen Ländern, in denen SPAR tätig ist, laufend schwerer. Besonders in den östlichen europäischen Ländern mit derzeit noch relativ niedrigen Lohnniveaus wandern qualifizierte Fachkräfte nach Westen ab. Obwohl Löhne beispielsweise in Ungarn in den vergangenen Jahren überdurchschnittlich gestiegen sind, fällt es zunehmend schwerer, qualifizierte Fachkräfte für den Handel und alle damit verbundenen Dienstleistungen zu finden.

GRI 103-3

Der richtige Umgang mit Lebensmitteln, das Wissen über Verkauf und Beratung sowie nötige technische Fähigkeiten für den Betrieb von Märkten und Shopping-Centern sind hochqualifizierte Aufgaben, die Mitarbeitende beherrschen müssen, um den Geschäftsbetrieb und die Weiterentwicklung von SPAR zu garantieren. SPAR bildet daher in allen Ländern Mitarbeitende selbst aus und weiter und quali-

GRI 103-2

fiziert sie damit für ihre tägliche Arbeit. Die fortlaufende **Mitarbeiter-Qualifikation** ist einerseits nötig für den fortlaufenden Betrieb, andererseits ermöglicht sie Mitarbeitenden die Weiterentwicklung mit Aufstiegsmöglichkeiten in Führungspositionen. Den Ausbildungsstand der Mitarbeitenden im Verhältnis zur Soll-Ausbildung sehen die jeweiligen Vorgesetzten und das Management in Österreich im E-Learning-Ausbildungssystem, das schrittweise auf weitere Länder ausgedehnt werden soll. Die Zufriedenheit am Arbeitsplatz hängt unter anderem davon ab, wie gut Mitarbeitende für ihre Aufgaben qualifiziert sind. Zufriedene und gut ausgebildete Fachkräfte wiederum können Kundinnen und Kunden durch kompetente und freundliche Beratung begeistern. Daher legt SPAR größten Wert auf die bestmögliche Aus- und Weiterbildung. Im umfassenden Angebot an Fachschulungen, Seminaren und Lehrgängen findet jeder Mitarbeitende die passende Ausbildung für die berufliche und persönliche Qualifikation.



Ausbildungspyramide im Lebensmittelhandel Österreich von der Lehre bis zur Qualifikation für die selbstständige Marktleitung.

Das Aus- und Weiterbildungsprogramm im SPAR-Lebensmittelhandel beginnt mit der Lehre oder einer ähnlichen Fachausbildung in Ländern ohne duales Bildungssystem, geht über verschiedene Fachschulungen bis zum Topverkäufer. Darauf baut die höchste Fachausbildung im SPAR-Konzern, der SPAR-Meister auf, der Pflicht für alle Marktleiterinnen und Marktleiter ist. Je nach Land und Sparte unterscheiden sich die Angebote selbstverständlich und sind an die jeweiligen Anforderungen der Positionen angepasst. Die Pflichtausbildungen für die jeweilige Stelle sind in der Soll-Ausbildung definiert, die einen konzernweiten Mindest-Ausbildungsstand sicherstellen soll. Ziel ist, dass stets 80 Prozent der Mitarbeitenden im Verkauf ihre Soll-Ausbildung absolviert haben, ein höherer Anteil ist aufgrund des im Handel üblichen laufenden Wechsels schwer erreichbar.

Ausbildung zukünftiger Fachkräfte

Im klassischen Handel, sind Fachwissen, kompetente Beratung und unternehmerisches Denken elementar für den Geschäftserfolg. SPAR baut dieses Fachwissen bei Mitarbeitenden von Grund auf und bildet daher in allen Ländern junge Menschen in Handelsberufen

aus. Je nach Bildungssystem in den unterschiedlichen Ländern, ist die Ausbildung junger Menschen auch bei SPAR unterschiedlich ausgestaltet. In Kroatien, Slowenien und Italien bietet SPAR Praxisplätze für die Berufsausbildung junger Menschen an.

In Ungarn sind Auszubildende nicht direkt bei SPAR angestellt, sondern sammeln als Schüler von Fachschulen Berufserfahrung bei SPAR. SPAR sichert ihnen für ihre gesamte zweijährige Ausbildungszeit die Praktikumsstellen in SPAR- und INTERSPAR-Märkten zu.

In Österreich bildet SPAR im vergangenen Jahr über 2.000 Lehrlinge in 23 unterschiedlichen Lehrberufen aus. Wiener Lehrlinge der Berufe im Lebensmittelhandel absolvieren ihre schulische Ausbildung in der SPAR-eigenen Berufsschule, der SPAR Akademie Wien. SPAR ist das einzige Handelsunternehmen Österreichs mit eigener Berufsschule mit Öffentlichkeitsrecht. In den Bundesländern werden Lehrlinge in eigenen SPAR-Klassen in den öffentlichen Berufsschulen unterrichtet. Lerninhalte in der SPAR-Ausbildung sind zusätzlich zum gesetzlich vorgegebenen Lehrplan unter anderem auch das Fach Kulturpflege mit dem Schwerpunkt auf interkulturel-

lem und interreligiösem Lernen sowie die Module Bio- und Fairtrade-Botschafter mit Detailwissen zu nachhaltigeren Produkten. Gemeinsam mit dem WWF Österreich und mit Unterstützung des Ministeriums für Klimaschutz hat SPAR das Programm Green Champions! entwickelt. Die eigene Nachhaltigkeitsausbildung für Lehrlinge beschäftigt sich mit bewusstem Einkaufen sowie brandaktuellen Nachhaltigkeitsthemen wie sinnvoller Plastikreduktion, Tierwohl und regionalen Lieferanten. Nachdem die Zusatzausbildung erfolgreich seit fünf Jahren in der SPAR Akademie Wien umgesetzt wurde, erhalten seit 2021 auch SPAR-Lehrlinge in den Landesberufsschulen für Einzelhandel in Tirol, Salzburg, Kärnten, Niederösterreich und dem nördlichen Burgenland eine Ausbildung zu „Green-Champions“. Die Reichweite erhöht sich damit von bisher 100 auf rund 350 Lehrlinge pro Jahr.

Neben der Lehrlingsausbildung fördert SPAR auch Umschulungen und Weiterbildungen für Fachberufe. In Kroatien sucht SPAR besonders Bäcker und Fleischer für Filialen und bietet Umschulungen an, die gänzlich von SPAR vorfinanziert werden. Im Zuge der Aktion wurden bisher insgesamt 62 Mitarbeitenden zum Fleischer umgeschult. 2021 haben 8 Personen die Ausbildung begonnen. Auch organisatorisch kommt SPAR den Mitarbeitern im Umschulungsprozess entgegen und ermöglicht ihnen, ausschließlich in der Frühschicht zu arbeiten, um am Nachmittag den Unterricht besuchen zu können. Die umgeschulten Mitarbeiter arbeiten anschließend in ihren neuen und besser bezahlten Berufen in den SPAR-Filialen.

SES Spar European Shopping Centers bieten zusätzlich zum Lehrberuf Bürokauffrau/-mann auch den Lehrberuf Immobilienkauffrau/-mann an.

Weiterbildung bestehender Mitarbeitender

Durch die Corona-Pandemie und mit ihr verbundene Einschränkungen und Abstandsregeln konnten 2021 zahlreiche Schulungen nicht in Präsenz abgehalten werden. SPAR hat stattdessen weitgehend auf Online-Schulungen umgestellt und auch jene Skills- und Geschmacks-Schulungen im Lebensmittelbereich digital abgehalten, die ansonsten persönlichen Kontakt gebraucht hatten. Dazu wurden beispielsweise für Käse-Schulungen eigene Schulungspackages mit Unterlagen, Verkostproben und notwendigem Gebrauchsmaterial an die Schulungsteilnehmenden vorab verschickt und Schulungen anschließend per Webinar abgehalten.

Abgewickelt werden diese Schulungen über das SPAR E-Learning-System, dem in der Zeit von Kontaktbeschränkungen und Vermeidung von persönlichen Treffen und Schulungen eine besondere Bedeutung zukam. Dieses Programm wird seit 2017 von Österreich aus auf weitere Länder ausgedehnt. Mit dem SPAR Education Power Program SEPP werden Schulungsinhalte digital, interaktiv und leichter verständlich an alle Mitarbeitenden verteilt. Mitarbeitende können ihre Ausbildungseinheiten individuell am Computer oder Mobilgerät genau dann absolvieren, wann sie Zeit und Ruhe dafür finden. Die Plattform ist zudem mit der Soll-Ausbildung verknüpft und schlägt automatisch nächste Ausbildungsteile vor beziehungsweise warnt, wenn Teile noch fehlen. Die Organisation und Kontrolle der Pflicht-Ausbildung ist dadurch für Mitarbeitende und Führungskräfte noch einfacher geworden.

In Österreich haben mit Ende 2021 über 80 Prozent der Führungskräfte im Verkauf ihre Soll-Ausbildung absolviert, das Ziel von 80 Prozent wurde im Berichtsjahr somit genau erreicht. Zusätzlich zur Soll-Ausbildung bietet SPAR in allen Ländern weitere Fachschulungen sowie Trainings zu Persönlichkeit und Führung an. Entscheidend für die Motivation bei den Ausbildungsprogrammen und die erfolgreiche Absolvierung ist die individuelle Anpassung des Ausbildungsprogramms an die Anforderungen des Arbeitsplatzes und das Vorwissen der Mitarbeitenden.

Aus- und Weiterbildung für Mitarbeitende

	2021						2020						2019					
	Präsenz- schulungen		Online- schulungen		Gesamt		Präsenz- schulungen		Online- schulungen		Gesamt		Präsenz- schulungen		Online- schulungen		Gesamt	
	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA
Österreich	18.473	5:14	102.539	1:20	121.012	6:35	12.061	3:09	35.826	1:21	47.887	4:31	12.429	0:29	23.943	1:22	36.372	1:52
Tschechien	0	0:00	0	0:00	0	0:00	185	3:57	35	0:15	220	4:13	24	1:54	0	0:00	24	1:54
Deutschland ¹	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00	0	0:00
Kroatien	4.311	5:39	15.763	2:08	20.074	7:48	1.893	3:56	2.018	0:31	3.911	4:27	2.871	3:50	1.723	0:24	4.594	4:14
Ungarn	5.812	6:18	10.304	0:38	16.116	6:56	5.069	5:36	2.772	0:48	7.841	6:24	3.643	9:04	3.930	0:53	7.573	9:57
Rumänien	0	0:00	0	0:00	0	0:00	202	1:50	50	0:19	252	2:09	126	2:58	0	0:00	126	2:58
Slowenien	4.383	3:22	9.158	2:35	13.541	5:57	3.211	2:46	1.694	0:52	4.905	3:39	7.186	5:58	1.410	0:33	8.596	6:31
Italien	1.310	3:14	4.975	3:54	6.285	7:08	2.296	3:01	2.893	2:26	8.082	7:53	5.088	9:31	2.801	1:53	10.690	13:19
Konzern	37.952	5:07	137.764	1:10	175.716	6:18	27.810	3:55	45.288	1:16	73.098	5:11	34.168	4:10	33.807	1:11	67.975	5:21

404-1a: Es gibt keine Aufzeichnungen zu absolvierten Schulungen verbunden mit Diversitätsmerkmalen wie Geschlecht, Alter oder Mitarbeiterkategorie. Die Art und Auswahl der Ausbildungen wird rein nach nötigen Qualifikationen für die jeweilige Stelle entschieden.

¹ Die Schulungstunden von Hervis Deutschland sind in den Zahlen für Österreich enthalten, da Hervis Deutschland mit der Umstellung des österreichischen eLearning-Systems dieses mit nutzt.

² Für Hervis Rumänien liegen für 2019 keine Nachweise für Online-Schulungen vor.

5.3. Mitarbeitergesundheit



Nur körperlich und seelisch gesunde Mitarbeitende können mit vollem Einsatz ihrer Arbeit nachgehen. Daher sind für SPAR die Förderung einer aufrechten Gesundheit und eine schnelle Genesung im Krankheitsfall elementar für einen funktionierenden Geschäftsablauf und für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden

und Kunden. SPAR engagiert sich in allen Ländern für die Gesundheit von Mitarbeitenden durch eine aktive Gesundheitskommunikation, durch die Förderung von Sportaktivitäten, die die allgemeine Fitness aufrechterhalten sollen, sowie durch vielerlei weitere Gesundheits- und Vorsorgeprogramme.

GRI 103-1

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir sind der attraktivste Arbeitgeber.
 - Alle Mitarbeitenden werden in ihrer Würde und Einzigartigkeit angenommen.

Handlungsfelder

- Mitarbeitergesundheit
- Zusatzleistungen für Mitarbeitende

Ziele

- Erhöhung der Arbeitssicherheit und Reduktion von Unfällen und Verletzungen

Beitrag zu SDGs

- Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
 - 8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern

Themen nach GRI

- GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Kennzahlen nach GRI

- **403-1** Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- **403-2** Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen
- **403-3** Arbeitsmedizinische Dienste
- **403-4** Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- **403-5** Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- **403-6** Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter
- **403-7** Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz
- **403-9** Arbeitsbedingte Verletzungen

GRI 103-2

Management-Systeme zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

SPAR pflegt in Österreich, Ungarn, Slowenien und Kroatien unternehmensinterne Managementsysteme zur kontinuierlichen Verbesserung von Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit im Rahmen der nationalen Arbeitsschutzgesetze. In Italien hat die regionale SPAR-Organisation ASPIAG Service darüber hinaus die umfassende Zertifizierung nach ISO 45001 absolviert, die seit 2020 die Norm OHSAS 18001 abgelöst hat. Die Norm zielt darauf ab, Sicherheit und Gesundheit im Unter-

GRI 403-1

nehmen im Sinne einer kontinuierlichen Verbesserung weiterzuentwickeln. Darüber hinaus nimmt SPAR beispielsweise in Österreich an staatlichen Programmen zur Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz, wie dem Netzwerk Betriebliche Gesundheitsförderung teil und ist nach den Kriterien dieser Best-Practice-Initiative zertifiziert. Die Gesundheitsprogramme und das Managementsystem zur Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit umfassen alle Mitarbeitenden von SPAR, Hervis und SES in den genannten Ländern. Etwaige Mitarbeitende von Dienstleistern sind von deren Gesundheitsmanagementsystemen erfasst.

Der interne oder externe Gesundheits- und Arbeitssicherheits-Dienst der einzelnen Unternehmensteile analysiert ständig die Gefahren für die Gesundheit und Sicherheit und definiert die am besten geeigneten Präventions- und Schutzmaßnahmen für jede einzelne von ihnen (z. B. Betriebsverfahren, Auffrischungsschulungen, neue oder andere persönliche Schutzausrüstung). Die Ergebnisse einer solchen Analyse werden in den Dokumenten zur Risikobewertung, die von jeder einzelnen Betriebseinheit erstellt werden, formell dargestellt.

Je nach nationalen Vorgaben sind die Gremien der Management-Systeme in den Ländern unterschiedlich zusammengesetzt.

In Österreich, Ungarn, Slowenien und Kroatien sowie bei SES gibt es Gremien aus Sicherheitsvertrauensperson (SVP), einen Arbeitsmedizinischen Dienst (AMED) und/oder Sicherheitsfachkraft (SFK) entsprechend den nationalen Anforderungen. In Österreich treffen sich alle SVP, SFK, AMED, Betriebsratsvertreter sowie Arbeitgebervertreter im Zentralen Arbeitssicherheitsausschuss einmal jährlich gemäß Arbeitnehmerschutzgesetz §88 zur gegenseitigen Information, Erfahrungsaustausch, Koordination der betrieblichen Arbeitsschutzeinrichtungen. In Ungarn wird für jeden Standort eine Risikobewertung der Gesundheits- und Arbeitssicherheitsgefahren erstellt, die alle drei Jahre aktualisiert wird. Teil der Risikobewertung ist ein Aktionsplan inklusive Fristen, der an die Verantwortlichen ausgegeben und regelmäßig überprüft wird.

In Slowenien definieren Vertreter von Arbeitssicherheit, dem Arbeitsmedizinischen Dienst und Angestellten gemeinsam arbeitsbezogene Gefahren- und Vermeidungspotentiale für die Unternehmenseinheiten. Diese werden in einer Dokumentation zur Risikoabschätzung festgehalten.

SPAR Kroatien erstellt für jede Filiale, jedes Lager und die Zentrale gemeinsam mit einem externen Unternehmen eine Risikobewertung, eine eigene Abteilung für Arbeitsschutz stellt die Einhaltung der Regel für Arbeitssicherheit durch Audits sicher. Über etwaige Mängel informiert die Arbeitssicherheit die jeweilige Führungskraft, damit diese umgehend behoben werden können. Zu allen Sachverhalten betreffend Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz tagt halbjährlich der Arbeitssicherheitsausschuss.

Bei ASPIAG Service, SPAR-Organisation in Italien, besteht ein interner Präventions- und Schutz-Service, der die Aufgaben des Gesundheitsmanagements überhat. Dieser analysiert jedes Jahr die im vorangegangenen Jahr erzielten Ergebnisse, beginnend mit der Analyse von Verletzungen und Beinaheunfällen auch bei ausgelagerten Tätigkeiten, den

Fällen von Nichteinhaltung, regelmäßigen Audits und allen anderen Informationen, die als relevant für die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz erachtet werden. Das Managementteam setzt über gesetzlich verpflichtende Maßnahmen als Bestandteil der ISO45001-Zertifizierung auch Ziele für Verbesserungen inklusive finanziellen und organisatorischen Ressourcen sowie einem entsprechenden Zeitplan. Im Laufe des Jahres führte das Unternehmen spezifische Audits in den Filialen mit direkter Unterstützung der Filialleiter und der Abteilungsleiter durch, in denen mögliche Probleme proaktiv aufgenommen wurden.

Jede SES-Unternehmenseinheit wird gemäß den gesetzlichen Vorgaben arbeitsmedizinisch und sicherheitstechnisch betreut. Vielerorts ist die Sicherheitsfachkraft im Team des SES-Center-Managements direkt angesiedelt. Arbeitsunfälle oder arbeitsbezogene Gefahren werden diesen Fachkräften gemeldet, Vermeidungspotentiale aufgezeigt und kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet. In der SES-Zentrale gibt es zwei Sicherheitsvertrauenspersonen. Als Reaktion auf die besonderen Gesundheitsgefahren durch die Corona-Pandemie hat SES 2020 das Hygienemanagement nach dem TÜV AUSTRIA-Standard implementiert und vom TÜV zertifiziert. Das zweistufige Audit von TÜV Österreich umfasste eine Überprüfung der Managementsystem-Dokumentation und einer Begutachtung in den Centern vor Ort, bei der die Einhaltung der dokumentierten Hygienemaßnahmen auch in der Praxis positiv bestätigt wurde. Die Frischluftzufuhr in der Mall wurde dauerhaft auf bis zu 100 Prozent erhöht. Sämtliche Touchpoints wie Armaturen, Geländer- und Rolltreppengriffe, Bankomattastaturen und Liftknöpfe sowie die Toilettenanlagen werden noch häufiger als bisher gereinigt und desinfiziert. Diese Maßnahmen setzte SES in 15 österreichischen Centern sowie in den weiteren fünf Ländern um. Zertifiziert wurden die SES-Center in Österreich, Italien, Slowenien und Kroatien.

Bei Hervis ist die Risikoanalyse für Arbeitssicherheit an ein externes Beratungsunternehmen ausgegliedert, die auch bei der Schulung von Mitarbeitenden bezüglich Arbeitssicherheit unterstützt.

Typische Risiken, die zu schweren Verletzungen führen, hat SPAR im klassischen Handel nicht identifiziert. In den Produktionsbetrieben gibt es eine Gefahr von Schnittverletzungen. SPAR hat mögliche Gefahren für arbeitsbedingte Verletzungen im Rahmen von Risikoanalysen identifiziert und durch Arbeitsanweisungen, persönliche Schutzausrüstung oder andere Vorsorgemaßnahmen minimiert. Darüber hinaus führen die Gremien für Arbeitssicherheit regelmäßig Analysen von Unfällen

GRI 403-2

GRI 103-3

und Quasi-Unfällen durch, passen die Präventionsmaßnahmen an.

Die Erfolge des SPAR-Gesundheitsmanagements zeigen sich unter anderem durch konstant niedrige Unfälle und Ausfalltage durch Unfälle.

Service für Mitarbeitende: Arbeitsmedizinische Dienste

GRI 403-3

Die Funktionen der Arbeitsmedizinischen Dienste und des SPAR-Gesundheitsmanagements erstrecken sich vom Betrieblichen Gesundheitsmanagement über Beobachtungen der Arbeitsabläufe und Empfehlungen für Verbesserungen bis zu Untersuchungen und Impfungen. Die Aufgaben des Arbeitsmedizinischen Dienstes überträgt SPAR an den unterschiedlichen Standorten an Betriebsärzte, um bestmögliche fachliche Betreuung und Anonymität der Mitarbeitenden sicherzustellen. Die arbeitsmedizinischen Dienste sind aktiv an der Identifizierung der Gefahren bei der Arbeit, der Bewertung des Arbeitsschutzes und des Gesundheitsrisikos beteiligt. Zu diesem Zweck führen sie Arbeitsschutzinspektionen durch und tragen zur Lösung arbeitsmedizinischer, physiologischer, ergonomischer und hygienischer Aufgaben bei.

GRI 403-6

Die Kontakte zur regional verantwortlichen Arbeitsmedizinerin oder dem Arbeitsmediziner sind den Mitarbeitern durch interne Medien, die arbeitsmedizinischen Schulungen und das Intranet bekannt. In Österreich gibt es in jeder Unternehmenseinheit ein Gesundheitsteam, dessen Kontaktdaten über das interne SPAR-Portal abgerufen werden können.

Einbindung und Schulungen der Mitarbeitenden

GRI 403-4

Mitarbeiter werden in die Weiterentwicklung von Maßnahmen zur Gesundheitsförderung im Rahmen der regelmäßigen Arbeitssicherheits-sitzungen direkt und indirekt über den Betriebsrat sowie über die Möglichkeit zur Meldung von Gesundheitsgefahren an die Sicherheitsfachkräfte eingebunden. In allen Ländern sind die Kontakte zur Sicherheitsvertrauensperson sowie Sicherheitsfachkräften den Mitarbeitenden bekannt, um Gefahren zu melden und abzuwenden. In Kroatien können Mitarbeitende ihre Arbeitsschutzbeauftragten direkt wählen, in Ungarn wurde eine derartige Wahl in Abstimmung mit dem Betriebsrat im Jahr 2021 durchgeführt.

GRI 403-5

Alle Angestellten von SPAR nehmen an der Sicherheitsunterweisung teil, die Informationen zu Sicherheit am Arbeitsplatz, Brandschutz, Evakuierung und Rettung beinhalten. Gemäß nationaler Gesetze muss ein Teil der Mitarbei-

ter auch eine Erste-Hilfe-Schulung absolvieren, die von externen Experten durchgeführt wird. Daneben gibt es fachspezifische Unterweisungen für Tätigkeiten mit besonderen Anforderungen an den Arbeitsschutz. SPAR bietet umfassende Schulungen für Arbeitssicherheit und persönliche psychische Weiterentwicklung in der SPAR Online-Lernplattform (wo bereits vorhanden) oder in Präsenzs Schulungen an, die allen Mitarbeitenden zur Verfügung stehen.

Gesundheitsleistungen für Mitarbeitende

SPAR bietet neben dem Arbeitsmedizinischen Dienst in den einzelnen Unternehmenseinheiten eine Vielzahl an Angeboten für die körperliche und psychische Gesundheit an. Über Möglichkeiten zur Förderung der Gesundheit informiert SPAR regelmäßig in internen Medien, wie dem Intranet oder den Mitarbeiterzeitungen. Reichlich Vitamine und Mineralstoffe sollen die Gesundheit von Mitarbeitenden fördern, daher stellt SPAR in vielen Märkten und Zentralen täglich Obst und Gemüse für Mitarbeitende in den Pausenräumen zur Verfügung.

SPAR Ungarn betreibt ein eigenes SPAR-Lifestyle-Programm mit Gesundheitstipps von heimischen Experten für Mitarbeitende und Kunden. Beiträge werden aktiv über das SPAR-Intranet und im SPAR-Newsletter kommuniziert. Im Jahr 2021 hat SPAR Ungarn das erweiterte Krankenversicherungspaket als Bonus zur Entlohnung für 800 Führungskräfte und Experten des Unternehmens zur Verfügung gestellt. Die Kollegen erhalten durch dieses Krankenversicherungspaket Zugang zu schnellerer medizinischer Versorgung in 22 Fachgebieten und zu fortschrittlichen Diagnosediensten (MR, CT) sowie kleineren chirurgischen Dienstleistungen in privaten Gesundheitseinrichtungen, die deutlich kürzere Wartezeiten verzeichnen als öffentliche Gesundheitsdienste.

In Slowenien sind Gesundheitstipps ein fixer Bestandteil der Mitarbeiterinformation. In jeder Ausgabe des Mitarbeitermagazins finden Mitarbeitende Informationen zum Gesundheitsprävention, zum Thema Ernährung, Bewegung und Vorsorge.

In Österreich hat SPAR neben der "Health Card", dem Gesundheitspass, mit der zugehörigen App, dem "Health Coach", ein innovatives Gesundheitsprogramm für Mitarbeitende und interessierte Kundinnen und Kunden ins Leben gerufen. Der virtuelle Gesundheits-Coach baut auf den vier Säulen Bewegung, bewusster Ernährung, Gesundheitsvorsorge

und mentaler Fitness auf und begleitet zu einem gesunden Lebensstil. Auch über Newsletter und Mitarbeitermagazine und werden alle Mitarbeitenden mit Tipps für richtige Bewegung im Beruf und Privatleben, Ernährungsempfehlungen und anderen, für die Gesundheit nützlichen Informationen versorgt.



Der dreimal jährlich erscheinende News-Letter widmet sich Themen zur physischen und psychischen Gesundheit.

In den Regionen werden unterschiedliche Gesundheitstrainings und Behandlungen angeboten, wie Physiotherapie, Massagen, Yoga, Lauftrainings, Seh- und Hörtests oder Gesundheitschecks gemeinsam mit einem Versicherungsunternehmen.

SES bietet als Teil des konzernalen Gesundheitsmanagements umfassende Informationen zur Vorbeugung von physischen und psychischen Gesundheitsgefahren. Gesundheitsprävention wird landesspezifisch in den Arbeitsalltag integriert und wirkt nachhaltig auf das Gesundheitsbewusstsein. Je nach Standort gibt es verschiedene Aktionen und Programme zu den Themen Ernährung, mentale Fitness, Bewegung und Vorsorge. An die Mitarbeitenden kommuniziert werden diese Angebote, die je nach Land variieren und in Koope-

ration mit den jeweiligen SPAR-Landeszentralen umgesetzt werden, über verschiedenste interne Kanäle.

SPAR tritt zusätzlich als Veranstalter und Sponsor unterschiedlicher Sportveranstaltungen auf. In Ungarn ist SPAR beispielsweise Hauptsponsor des Marathons „SPAR Budapest Maraton Fesztivál“ und schickt bei diesem zahlreiche Arbeiterteams auf die Strecke. Hervis ist Sponsor der größten österreichischen Sportveranstaltung, des Vienna City Marathons. Bei diesen und vielen weiteren Laufveranstaltungen wie dem Linz-Marathon oder dem Grazer Frauenlauf beteiligen sich SPAR-Staffeln, die auch kürzere Distanzen für jeden möglich machen, und Einzelläufer, die von SPAR bei ihren sportlichen Ambitionen unterstützt werden.

Auf den Gesundheitsschutz in Produktionsbetrieben, die nicht im Eigentum oder Einfluss von SPAR stehen, als beispielsweise von Lieferanten, hat SPAR keinen direkten Einfluss. Durch regionale Beschaffung, vorrangig in Ländern mit vertrauenswürdigen staatlichen Arbeitnehmerschutz-Regelungen sowie durch vertragliche Zusicherung von Arbeitsrechtsstandards und Sozialzertifizierungen bei Lieferanten aus Risikoländern (siehe S. 46) versucht SPAR die Arbeitssicherheit und -gesundheit auch in der Lieferkette sicherzustellen.

Maßnahmen zur Covid19-Vorbeugung und Mitarbeitergesundheit

SPAR ist wichtiger Systemerhalter in allen Ländern, besonders in Krisenzeiten wie der Covid19-Pandemie sind die Mitarbeitenden von SPAR daher besonders gefordert und gleichzeitig gefährdet. Denn der Lebensmittelhandel hatte zu jedem Zeitpunkt geöffnet, Mitarbeitende waren daher jederzeit dem Virus ausgesetzt. SPAR hat 2021 umfassende Sicherheitsmaßnahmen ergriffen, in vielen Ländern als erster Händler alle Mitarbeitenden freiwillig mit FFP2-Masken ausgestattet, bevor dazu noch rechtliche Vorgaben bestanden. Covid19-Impfungen wurden von SPAR intern beworben und teilweise für Mitarbeitende organisiert. Durch ein international koordiniertes Krisenteam waren alle Länder stets über rechtliche Vorgaben, sinnvolle Schutzmaßnahmen und den Gesundheitsstatus der Mitarbeitenden im Konzern informiert.

Arbeitsbedingte Verletzungen

	2021		2020		2019	
	Vorfälle	pro 200.000 Stunden	Vorfälle	pro 200.000 Stunden	Vorfälle	pro 200.000 Stunden
Todesfälle ¹	0	0,00	0	0,00	3	0,01
Verletzungen mit schweren Folgen*	18	0,03	26	0,05	22	0,04
dokumentierbare Verletzungen	2.519	4,43	2.242	4,03	2.422	4,58
Gearbeitete Stunden in Tausend	113.738		111.179		105.712	

403-9b, 403-9f: Daten umfassen alle Angestellten und Arbeiter, die bei Unternehmen der SPAR HOLDING AG angestellt sind, es sind keine Daten zu Mitarbeitenden von Dienstleistern vorhanden. Diese unterliegen in allen Ländern, in denen SPAR tätig ist, den gesetzlichen Mitarbeiter-Schutzbestimmungen.

¹ Todesfälle und Unfälle am Arbeitsweg sind in einzelnen Ländern enthalten, wenn dies so gesetzlich vorgegeben ist.



6. Energie und Umwelt

Die rund 3.000 Standorte, die eigene Logistik und Produktionsbetriebe der SPAR HOLDING benötigen Energie für Errichtung und Betrieb. Auch Abfälle entstehen beim Vertrieb von Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs. Und durch die notwendige Geschäftstätigkeit verursacht die SPAR HOLDING Treibhausgas-Emissionen. Durch eine Vielzahl von Maßnahmen versucht SPAR jedoch laufend, die Umweltauswirkungen möglichst gering zu halten. Den größten Anteil der Emissionen verursacht der laufende Betrieb von Standorten sowie die Logistik. Daher setzt SPAR vorrangig bei diesen Bereichen an und achtet auf sorgsamem Umgang mit Ressourcen während des Baus und Effizienz beim Betrieb.

6.1. Vorgaben bei der Errichtung von SPAR-Gebäuden

GRI 103-1

Die Errichtung von Gebäuden verbraucht einerseits Boden, der für andere Nutzung nicht mehr zur Verfügung steht. Andererseits braucht auch das Gebäude selbst Ressourcen in Form von Baumaterial für die Errichtung und andererseits für den anschließenden laufen-

den Betrieb. Diese Ressourcennutzung müssen mit der Geschäftstätigkeit von SPAR vereinbar werden, indem sie möglichst reduziert wird, unter Beachtung der nationalen Gesetzgebung und Wirtschaftlichkeit der Standorte.

<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Leadership <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw. • Innovations- und Themenführerschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Trendsetter in Ladenarchitektur, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Produktpräsentation, Marketing und Werbepolitik sowie in der technischen Ausstattung. <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standortentwicklung und -planung • Bauweise und Standort-Gestaltung • Energie-Effizienz • Erneuerbare Energie • Reduktion von CO₂-Emissionen <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Errichtung aller Gebäude in Übereinstimmung mit den nationalen Bauordnungen insbesondere bei Bodenverbrauch und Begrünung • Ziele zur Energieeffizienz von Gebäuden siehe Kapitel 6.2 <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energie (2016) • GRI 307: Umwelt-Compliance (2016) <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 302-3 Energieintensität (Siehe S. 85) • 307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen (siehe S. 25)
--

GRI 103-2

Bei der Errichtung von Gebäuden bedenkt SPAR daher bereits in der Planung die Qualität der Baustoffe, Anpassung an regionale Gegebenheiten, Effizienz im Betrieb, Aufenthaltsqualität für Mitarbeiter und Kunden sowie eine möglichst bodenschonende Bauweise. Daher hat SPAR ein umfassendes Bauhandbuch entwickelt, in dem Baustandard, energieeffiziente Technik, Aufenthaltsqualität, Verarbeitungsweise und schließlich auch die problemlose Entsorgung nach Ende der Lebensdauer des Gebäudes einfließen. Dieses Bauhandbuch wird regelmäßig an den aktuellen Technikstand angepasst. Das Bauhandbuch ist von der Österreichischen Gesellschaft für Immobilienwirtschaft ÖGNI zertifiziert. SPAR baut jeden neuen Markt und jeden grundlegend modernisierten Markt nach diesem Standard um. Jeder dieser Märkte entspricht damit mindestens dem ÖGNI-Goldstandard, mit zusätzlicher Ausstattung wie beispielsweise ein Photovoltaik-Anlagen erreichen die Märkte die

höchste Auszeichnungstufe Platin. Die äußere Erscheinungsform der Märkte passt SPAR an die jeweilige Region an, verwendet unterschiedliche, moderne und auch regionale Baustoffe für die individuell geplanten Gebäude. Anstelle von Systembauweisen und monotonen „Schuhkartons“ anderer Handelsbauten, gleicht kein SPAR-Markt oder Shopping-Center dem anderen. Damit tragen auch die Gebäude zum modernen Image der Marke SPAR bei.

GRI 103-3

Bei der Auswahl von Standorten neuer Gebäude richtet sich SPAR nach mehreren Faktoren, die teilweise im Widerspruch zueinander stehen. Einerseits ist SPAR ein Nahversorger für Lebensmittel des täglichen Bedarfs und daher möglichst nahe an Wohn- und Arbeitsplätzen der Menschen. Andererseits fordern Kundinnen und Kunden ein immer größeres Sortiment an Lebensmitteln, das größere Verkaufsflächen bedingt als in Bestandsstrukturen in-

nerorts verfügbar ist. Einerseits sollen Gebäude und Verkehrsinfrastruktur möglichst wenig Flächen in Anspruch nehmen, andererseits sind Standorte mit vorgelagerten Parkplätzen deutlich stärker frequentiert und umsatzstärker als mit keinen oder mit überbauten Parkplätzen. SPAR versucht diese Zielkonflikte durch individuelle Standortlösungen bei Neubauten wie zunehmender Überbauung und Mehrzweck-Nutzung, durch Erweiterungen auf bestehender Fläche und Expansion in enger Abstimmung mit Gemeinden, Stadtteilentwicklern und Bauträgern im Rahmen der Bebauungspläne aufzulösen. Können Standorte jedoch nicht mehr ausgebaut werden oder SPAR baut an neuen Siedlungsräumen beziehungsweise Verkehrsadern, entstehen neue Märkte auch auf „der grünen Wiese“. SPAR hält sich dabei streng an die Vorgaben der Behörden zu maximalen Verkaufsflächen, Parkplätzen und Begrünung.

Aktuelle Beispiele des Jahres 2021 für gelungene Kombinationen aus großen neuen Mär-

ten sind beispielsweise der EUROSPAR Gramastetten-Pöstlingberg (siehe Foto S. 79) in Oberösterreich, der neu auf grüner Wiese gebaut wurde. Durch verstärkte Gebäudestrukturen kann die Wiese über dem Markt weiterhin landwirtschaftlich genutzt werden inklusive des Einsatzes schwerer Maschinen.

Für die Entwicklung und Abwicklung großflächiger Bauvorhaben zeichnet SES sowohl für die Shopping-Center in sechs Ländern, als auch für die INTERSPAR-Hypermärkte und MAXIMARKT in Österreich verantwortlich. Seit vielen Jahren verfolgt SES eine multifunktionale Ausrichtung ihrer Shopping-Center und setzt auf eine komprimierte Bauweise bei gleichzeitig höchsten Ansprüchen an Raumqualität. Vielfachnutzung wird standortspezifisch umgesetzt, sei es in Form von Büros, einer Kulturstätte, einem Gesundheitszentrum oder – wie im neueröffneten ALEJA Ljubljana – als genutzte Dachfläche für ein weitläufiges Sport- und Freizeit-Erlebnis.

6.2. Energieverbrauch und Klimaschutz



GRI 103-1

GRI 103-2

Die Temperaturen steigen, das Klima wandelt sich dramatisch. Die Folgen wie Überschwemmungen, Trockenperioden und damit verbundene schlechte Ernten werden auch in den Ländern der SPAR HOLDING immer sichtbar und spürbarer. Sowohl die weltweite Staatengemeinschaft als auch die Europäische Union haben sich zu der von der Wissenschaft geforderten Begrenzung der Erderwärmung auf unter 1,5 Grad Celsius bekannt. Damit haben sie auch die Notwendigkeit des Ausstiegs aus der fossilen Energieversorgung festgelegt. Die Reduktion des Energieverbrauchs und Maßnahmen zum Schutz des Klimas hängen untrennbar zusammen.

SPAR bekennt sich zu diesen Zielen und den damit verbundenen Energie-Einsparungen aus ökologischen und ökonomischen Gründen. Der Ukraine-Krieg hat einen Vorgesmack darauf geliefert, was in den nächsten Jahren an Energiekostensteigerungen zu erwarten sein wird. Mit der Energiereduktion und Umstellung auf erneuerbare Energieträger kann bereits ein Teil der Klimaziele erreicht werden, weitere Maßnahmen, wie durch die Umstellung der Kühlmittel auf solche mit geringem GWP, wird ein weiterer wesentlicher Teil beigetragen.

SPAR hat sich in der österreichischen Energiepolitik eine Reduktion des Energieverbrauchs pro Quadratmeter Verkaufsfläche um 50 Prozent bis zum Jahr 2050 im Vergleich zu 2009 (Ausgangswert 607 kWh/m²) zum Ziel gesetzt. Zudem sollen die Treibhausgas-Emissio-

sionen im selben Zeitraum um 90 Prozent gesenkt (Ausgangswert 130 kg CO₂equ/m²) und die Umstellung auf nahezu ausschließlich erneuerbare Energiequellen erreicht werden.

Die SPAR Österreichische Warenhandels AG inklusive ihrer Zweigniederlassungen und Produktionsbetrieben sowie Hervis verfügen seit 2015 über ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 und wurden 2021 erfolgreich rezertifiziert. In Slowenien ist das System nach der ISO Energiemanagement-Norm seit 2018 im Einsatz, die Rezertifizierung im Jahr 2020 ist bis 2023 gültig. Derzeit arbeitet SPAR Slowenien an der Umsetzung eines Echtzeit-Monitoringsystems für alle Schlüssel-Verbraucher. Das System soll Ende 2022 in Betrieb gehen. SES führte für die österreichischen Center sowie für alle INTERSPAR- und Maximarkt-Standorte das Energiemanagementsystem nach ISO 50001:2018 ein, welches 2019 durch den TÜV AUSTRIA zertifiziert wurde und 2022 rezertifiziert wird. Als Entwickler, Errichter und Betreiber von Handelsimmobilien verpflichtet sich SES einen noch stärkeren Beitrag zum Klimaschutz durch nachhaltige Immobilienentwicklung zu leisten. In ihrer Energiepolitik verschärfte auch SES ihre Klimaziele für Shopping-Center. Ziele des Managementsystems sind die Transparenz aller Energieströme im Unternehmen, die systematische Verbesserung des Energieeinsatzes, des Energieverbrauchs und der Energieeffizienz und damit die Reduzierung der CO₂-Emissionen.

In der italienischen Lebensmittelhandelsparade SPAR seit mehreren Jahren die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO14001 auf immer mehr Standorte aus, Ziel ist die flächendeckende Anwendung des Standards in allen Märkten und Zentralen. Der TÜV hat im Rahmen der Zertifizierung die Langlebigkeit

der Märkte und die Fachkenntnis der Energiemanager besonders positiv hervorgehoben. Den laufenden Stand der Zielerreichung erhalten der SPAR HOLDING AG Vorstand über die Balanced Score Card sowie die Länder-Geschäftsführungen in Form von jährlichen Detailauswertungen des Nachhaltigkeitsberichts.

<p>Strategische Stoßrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Leadership <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw. • Innovations- und Themenführerschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Trendsetter in Ladenarchitektur, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Produktpräsentation, Marketing und Werbepolitik sowie in der technischen Ausstattung. <p>Handlungsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energie-Effizienz • Erneuerbare Energie • Lagerlogistik • Transportlogistik • Reduktion von CO₂-Emissionen <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Österreich: SPAR reduziert den Energieverbrauch bis 2050 um 50 Prozent (auf Basis 2009). • Alle Länder: SPAR reduziert die CO₂-Emission bis 2050 um 90 Prozent (auf Basis 2009). • Österreich, Hervis: Nahezu 100 Prozent der benötigten Energie stammen bis 2050 aus erneuerbaren Quellen (inkl. eigener Logistik). • SPAR stellt langfristig alle Kälteanlagen auf Kältemittel mit GWP<150 um, beginnend mit 1.1.2022 bei allen Neubauten. • SES: SES errichtet bis 2050 Photovoltaik-Anlagen auf 50% der verfügbaren Dachflächen, nutzt 100% Energie aus erneuerbaren Energiequellen. <p>Beitrag zu SDGs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziel 7. Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern <ul style="list-style-type: none"> ○ 7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen • Ziel 13. Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen <ul style="list-style-type: none"> ○ 13.1 „Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken“ <p>Themen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • GRI 302: Energie (2016) • GRI 305: Emissionen (2016) <p>Kennzahlen nach GRI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation • 302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation • 302-3 Energieintensität • 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1) • 305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) • 305-4 Intensität der THG-Emissionen
--

Die bisher für einzelne Länder definierten Energie- und Klimaziele werden seit Mitte 2021 überarbeitet und auf die gesamte SPAR HOLDING ausgeweitet. Dabei wird das 1,5°C-

Ziel zugrunde gelegt und die Klimaziele bis 2030 und 2050 auf diese maximale Erderwärmung ausgerichtet.

6.2.1. Energie-Effizienz

Der Einsatz moderner Technologien am Stand der Technik in allen Neu- und Umbauten ist bei SPAR seit Jahren gelebter Standard. Der Einsatz energieeffizienter Geräte ist in der Energiepolitik festgehalten und findet sich auch in den Vorgaben des SPAR-Bauhandbuchs, auf deren Basis alle neuen Märkte errichtet werden. Jeder nach diesem Handbuch errichtete Markt entspricht damit den Anforderungen des ÖGNI-Zertifikats in Gold und erfüllt hohe Ansprüche bei Energieeffizienz, Ressourceneinsatz und -recycling sowie Aufenthaltsqualität. Beim Einsatz finanzieller Ressourcen für Neuerungen und Energieoptimierung setzt SPAR bei den größten Verbrauchern an. In einem durchschnittlichen neuen SPAR-Supermarkt sind dies in absteigender Reihenfolge Kälteanlagen (38 Prozent), Beleuchtung (21 Prozent), Raumklima (15 Prozent), IT und Geräte (zehn Prozent), Backstationen und Warmwasseraufbereitung (jeweils fünf Prozent) sowie sonstige Kleinverbraucher. Energieeffiziente Geräte werden bei SPAR möglichst überall eingesetzt, der Fokus liegt aber auf Kälteanlagen (siehe Kapitel 6.1), Beleuchtung und der Umstellung von Heizanlagen in den Märkten.

Zum systematischen Management von Energieeinsparungsmöglichkeiten hat SPAR ein Energiemanagementsystem nach ISO50001 in zahlreichen Ländern und Unternehmen im Einsatz. SPAR Österreich und Hervis für Österreich und Deutschland haben 2021 eine Rezertifizierung erfolgreich absolviert. SPAR Slowenien hatte 2020 das letzte Audit des Energiemanagements nach ISO50001 durchgeführt und dabei einen besonderen Schwerpunkt auf die Digitalisierung der Energieverbrauchsdaten gelegt. Im Jahr 2021 wurden bereits zahlreiche Märkte mit Energiemessungen ausgestattet, bis 2022 wird ein zentrales Energiemonitoring umgesetzt, das alle Energieverbräuche der Märkte und Zentralen überwacht und berichtet. SES Spar European Shopping-Centers inklusive INTERSPAR Österreich wurde 2019 erstmals zertifiziert. Aspiag Service Srl, die SPAR-Organisation in Italien, baut seit einigen Jahren das Umweltmanagement nach ISO14001 auf immer mehr Standorte aus. SPAR Ungarn führt alle vier Jahre ein Energie-Audit durch.

Effiziente Beleuchtung

Zum Standard in allen Ländern gehört die Ausstattung von Märkten und Zentralen mit energiesparender LED-Beleuchtung. Die Diodensysteme wurden teilweise von Lampenherstellern und SPAR gemeinsam speziell für den Einsatz in Supermärkten entwickelt und erfüllen höchste Anforderungen zu Leuchtstärke,

Lichtfarbe und Energieeffizienz. Durch die gemeinsame Entwicklungsarbeit und die Praxistests von SPAR und Zumtobel konnte der Energieverbrauch der in SPAR-Märkten verbauten Zumtobel Tecton-Serie vom Standard 2008 (erster Einsatz bei SPAR) bis zum heutigen Stand um 66 Prozent gesenkt werden. Seit 2011 wird LED in Österreich in allen neuen und renovierten Standorten verbaut, seit 2016 auch in den übrigen Ländern. Heute werden alle Märkte von SPAR und Hervis sowie SES-Shopping-Center mit optimalem Tageslicht-Anteil und zusätzlich energiesparender LED-Beleuchtung ausgestattet.

2021 wurden alle neu errichteten Standorte entsprechend dem SPAR-Bauhandbuch mit LED ausgestattet und auch ältere Standorte umgerüstet, wie beispielsweise 2021 in Slowenien im Zentrallager, zwei INTERSPAR-Restaurants und fünf SPAR-Märkten. SES investierte 2021 in weitreichende weitere LED-Umrüstungen. Außerdem wurde im Q19 Einkaufsquartier Döbling in Wien das 1.200 m² Glasdach erneuert und eine neue, noch energiesparendere Spezialverglasung eingesetzt.



Abkehr von fossilen Heizanlagen

SPAR arbeitet seit vielen Jahren daran, auf fossile Energiequellen zu verzichten und stellt Heizanlagen bei allen Neubauten sowie in allen Umbauten, in denen auch die Technik getauscht wird, auf die Abwärme der Kälteanlagen mit Betonkernaktivierung um. Mit der Umstellung begann SPAR bei Heizanlagen, die mit Heizöl leicht betrieben wurden, in Ungarn wurde die letzte derartige Anlage 2021 abgebaut. Heute wird kein SPAR-Standort in Österreich, Italien, Slowenien und Ungarn mehr mit diesem Energieträger geheizt. Die Umstellung in den anderen Ländern und der Anlagen mit Heizöl Extraleicht wird weiter vorangetrieben. 2021 sind noch 42 von über 2.000 Standorten Heizanlagen mit Heizöl ausgestattet, Erd- oder Flüssiggas wird derzeit an rund 930 Standorten für Heizung oder Produktion eingesetzt.

Weiter verstärkt wird die Ambition durch steigende Energiepreise, die sich deutlich im Uk-

raine-Konflikt abgezeichnet haben und in Österreich durch die Ankündigungen im Regierungsprogramm, das einen schrittweisen Ausstieg aus Kohle- und Ölheizungen ab 2021 bis spätestens 2045 vorsieht und ab 2025 keine Gasheizungen in Neubauten mehr erlauben wird. SPAR ist auf diese Vorgaben gut vorbereitet und wird diese Anlagen deutlich vor der gesetzlich nötigen Umstellung ersetzt haben. Ebenfalls zu erwarten ist ein Verbot von Gasheizungen in Neubauten. SPAR baut bereits seit vielen Jahren keine Gasheizungen in Neubauten ein, sondern setzt auf zentrale Heiz- und Kälteanlagen mit Betonkernaktivierung sowie Wärmepumpen.

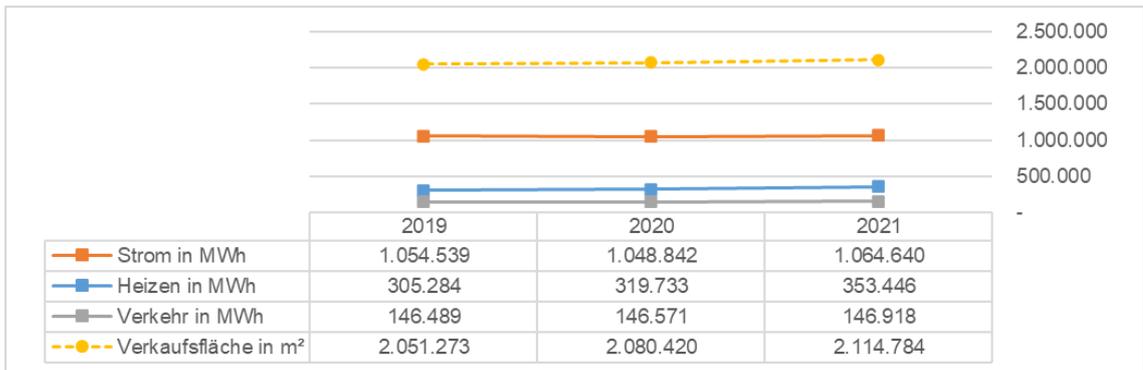
Stromeinsparungen bei steigendem Komfort

Einerseits werden die von SPAR eingesetzten Technologien immer effizienter und benötigen bei gleicher Leistung weniger Energie. Andererseits steigen die Ausstattungsstandards in Supermärkten, wodurch der Stromverbrauch beeinflusst wird. Faktoren dafür sind:

- Mehr Convenience-Lebensmittel für den sofortigen Verzehr, wie vorgeschnittenes Obst und Gemüse, ultrafrische Sandwiches und gekühlte Getränke brauchen zusätzliche Kühlflächen. Auch verlängerte Haltbarkeit und weniger Verderb bei Obst und Gemüse wird durch Kühlung erreicht. Auch wenn die einzelnen Kühlgeräte durch Effizienzsteigerungen weniger Energie verbrauchen, steigt insgesamt der Energiebedarf für Kühlung durch deren vermehrten Einsatz.
- Zunehmend nötige Klimatisierung an warmen Sommertagen erhöhte in großen Märkten den Stromverbrauch. Während Märkte früher lediglich mit Lüftungen ausgestattet wurden, werden in neuen größeren Standorten Klimaanlage verbaut, um auch an Hitzetagen Produkte wie Schokolade im Markt vor dem Schmelzen zu bewahren. In kleineren Märkten ist dies durch ein höheres Verhältnis der Kühlmöbel an der Gesamtverkaufsfläche nicht notwendig.
- Ein zunehmender Wettbewerb in den gesättigten Märkten macht die laufende Arbeit an der Attraktivität von Supermärkten nötig. Erreicht wird diese durch mehr Beleuchtung, Klimatisierung und trendige, gekühlte Sortimente, die insgesamt den Stromverbrauch erhöhen.
- SPAR stellt zunehmend Märkte von der Beheizung mit fossilen Energieträgern auf Abwärme aus den Kälteanlagen um. Damit geht der Energieverbrauch an fossilen Energieträgern und die Treibhausgas-Emissionen zurück.
- SES führt zunehmend die bedarfsgerechte Lüftungsregelung bei SES Shopping-Centern, INTERSPAR und MAXI-MARKT ein. Oberste Aufgabe von Lüftungsanlagen ist es neben einem behaglichen thermischen Raumzustand auch für eine gute Luftqualität bei minimalem Energieverbrauch zu sorgen. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt SES bei SES-Shopping-Centern, INTERSPAR-Hypermärkten und Maximarkt in Österreich auf die bedarfsgerechte Lüftungsregelung, mit der man eine Stromersparnis von bis zu rund 50 Prozent im Vergleich zur herkömmlichen Regelung erreicht.

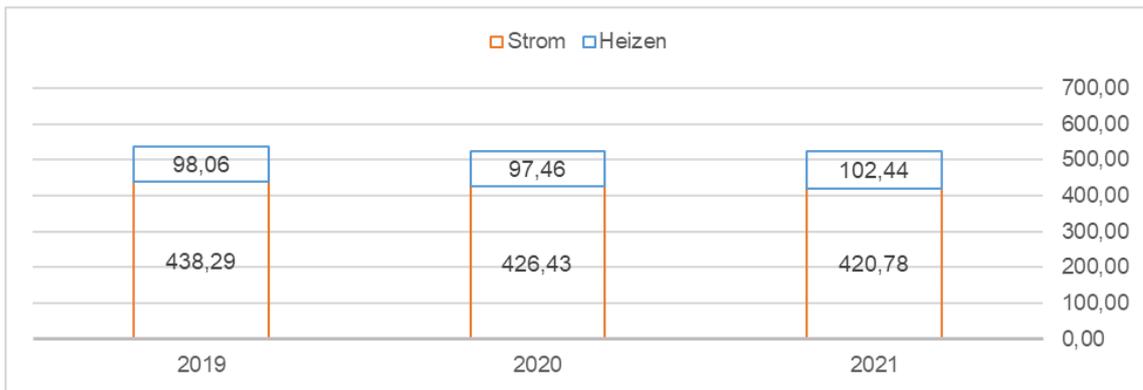
Durch diese Faktoren nimmt elektrische Energie einen steigenden Anteil am gesamten Energieverbrauch ein und der Stromverbrauch bleibt konstant bzw. sinkt leicht in Relation zur Verkaufsfläche. Gleichzeitig steigen aber Einkaufsqualität und -komfort sowie die Haltbarkeit von Lebensmitteln und insgesamt der Umsatz auf bestehender Fläche. Diese Mehreffizienz in Form von mehr verkauften Produkten auf gleicher Fläche wird derzeit in der Kennzahl zur Energieeffizienz noch nicht abgebildet. Im Zuge der laufenden Überarbeitung der Ziele wird daher auch diese zusätzliche Effizienz in den Kennzahlen abgebildet werden. Durch Flächenexpansion und steigende Verkäufe auf bestehender Fläche stieg der Energieverbrauch absolut um 3,3 Prozent zum Vorjahr, relativ zur Verkaufsfläche stieg der Energieverbrauch um 1,6%.

GRI 302-1



Energieverbrauch der SPAR HOLDING gesamt in MWh. Der Verbrauch für Verkehr stieg im Jahr 2021 etwas an, bedingt durch deutlichen Mehrumsatz auf bestehender Fläche.

GRI 302-3



Energieintensität (Energieverbrauch der Filialen inkl. Strom, Heizen in kWh je m² Verkaufsfläche)

Energieverbrauch der SPAR HOLDING in MWh

Regionen		2021				2020				2019			
		Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt	Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt	Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt
Regionen	Österreich	84.867	451.634	181.759	718.260	90.381	450.079	159.148	699.608	88.678	454.335	154.026	697.039
	Tschechien	0	1.461	0	1.461	0	1.534	0	1.534	0	2.414	0	2.414
	Deutschland	0	486	0	486	0	553	0	553	0	612	0	612
	Kroatien	2.079	91.844	15.710	109.634	1.515	89.190	15.319	106.024	1.701	90.890	13.757	106.348
	Ungarn	53.145	234.105	90.203	377.453	48.708	233.685	83.017	365.410	49.783	239.812	80.879	370.473
	Rumänien	0	2.552	0	2.552	0	2.548	0	2.548	0	2.615	0	2.615
	Slowenien	1.216	86.462	29.160	116.838	1.140	85.390	26.992	113.522	1.383	88.223	21.881	111.487
	Italien	5.609	196.096	36.614	238.319	4.827	185.861	35.256	225.944	4.944	175.637	34.741	215.321
	Gesamt	146.918	1.064.640	353.446	1.565.004	146.571	1.048.842	319.733	1.515.145	146.489	1.054.539	305.284	1.506.311

302-1a: Bei angegebenen Treibstoff-Mengen handelt es sich um übliche Blends aus fossilen und Bio-Kraftstoffen. Eine genaue Menge kann aufgrund unterschiedlicher Beimischungen nicht genannt werden.

302-1b: Derzeit betreibt SPAR mehrere Elektro-Fahrzeuge. Der Stromverbrauch dieser alternativen Antriebsarten ist im Stromverbrauch enthalten.

302-1c: Der von Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Dächern erzeugte Strom wird direkt vor Ort verbraucht und ist in den Stromverbräuchen enthalten. Kühlenergie und Dampf werden an Standorten selbst erzeugt, dafür nötige Energie ist in Strom bzw. Heizen enthalten.

302-1d: kein Verkauf

302-1f: Energiewerte laut letzter verfügbarer Jahres-Abrechnungen bis 31.3.2021 oder Zählerständen zum 31.12. Nicht inkludiert sind Hervis-Filialen, die Energiekosten pauschal über Betriebskosten abrechnen und daher keine Erhebung ermöglichen. Heizenergie, die von SES auch für Shoppartner zur Verfügung gestellt wurde und daher kein Eigenverbrauch ist, kann nicht exkludiert werden und ist daher in den Daten enthalten. Für SPAR-Filialen, aus deren Betriebskosten keine Verbrauchswerte berechnet werden können oder zur Drucklegung keine Daten vorhanden waren, wurde der Energieverbrauch anhand vergleichbarer Standorte hochgerechnet.

302-1-g: alle Umrechnungsfaktoren laut DEFRA 2021.

Energieintensität (Energieverbrauch der Filialen inkl. Strom, Heizen in kWh je m2 Verkaufsfläche)

Regionen		2021			2020			2019		
		Strom	Heizen	Gesamt	Strom	Heizen	Gesamt	Strom	Heizen	Gesamt
Regionen	Österreich	361	89	451	371	81	452	377	85	462
	Tschechien	92	0	92	96	0	96	120	0	120
	Deutschland	60	0	60	63	0	63	71	0	71
	Kroatien	485	81	567	477	74	551	500	68	568
	Ungarn	492	173	665	498	169	667	514	165	679
	Rumänien	86	0	86	89	0	89	105	0	105
	Slowenien	384	92	476	394	91	485	425	78	503
	Italien	558	86	644	554	86	640	563	95	658
	Gesamt	420,78	102,44	523,21	426,43	97,46	523,89	438,29	98,06	536,34

302-3b: m² Netto-Verkaufsfläche aller SPAR- und Hervis-Markttypen.

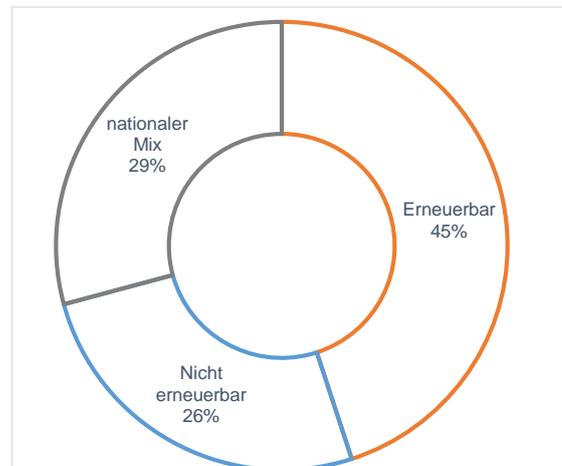
302-3c: elektrische Energie, Heizöl, Gas, LPG, Fernwärme

302-3d: innerhalb der Organisation

6.2.2. Erneuerbare Energie



Bei aller Energieeffizienz und -einsparung ist auch zukünftig Energie für den Geschäftsbetrieb nötig. Einen ständig steigenden Anteil dieser Energie bezieht SPAR aus erneuerbaren Quellen. Dazu werden laufend neue SPAR-Standorte mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet, Heizungen von Öl- und Gasbetrieb auf Abwärme aus den Kälteanlagen umgestellt und neue Logistik-Lösungen getestet, die ohne fossile Treibstoffe auskommen. In Österreich und seit 2021 auch in Slowenien beziehen die Unternehmen der SPAR HOLDING AG bereits ausschließlich Strom aus regenerativen Quellen, in Italien zum überwiegenden Anteil. Bereits 45% der von der SPAR HOLDING AG verbrauchten Energie stammt aus erneuerbaren Quellen. 26% sind nicht erneuerbar, der größte Anteil davon entfällt auf Treibstoffe und Heizenergie. Strom in den übrigen Ländern sowie Fernwärme wird von nationalen Anbietern mit national unterschiedlichen Zusammensetzungen eingekauft, die Anteile aus erneuerbaren, fossilen und atomaren Quellen enthalten können. Im Vergleich zu 2020 hat sich der erneuerbare Anteil um 3%-Punkte erhöht.

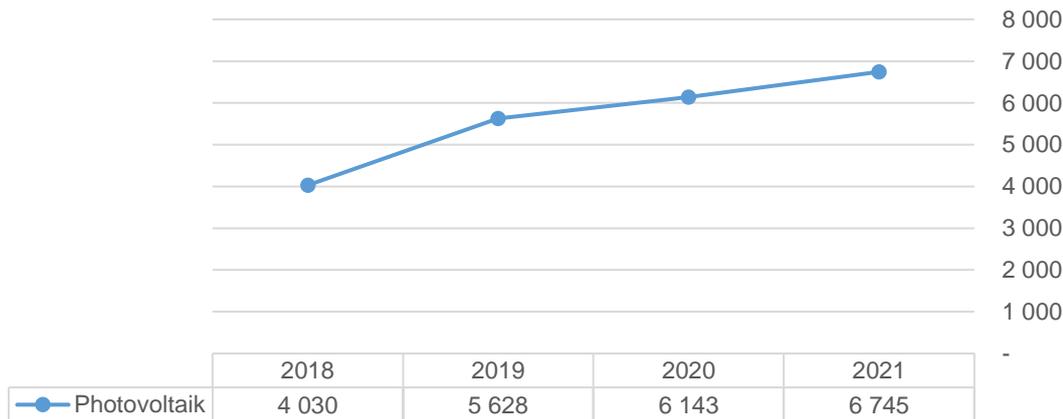


SPAR kauft in Österreich und Slowenien zu 100% und in Italien zu 87% Grünstrom ein, nutzt in Slowenien Biomasse und in Österreich, Italien, Kroatien und Slowenien Sonnenstrom. All diese Energieformen sind erneuerbar. Derzeit alle Organisationseinheiten verbrauchen noch Diesel und Benzin für den Antrieb von Fahrzeugen sowie Heizöl, Erd- und Flüssiggas für die Beheizung von Gebäuden und die Produktion. Diese Energieträger zählen zu nicht erneuerbaren Energien. Strom in Kroatien, Ungarn, Tschechien, Rumänien und Deutschland sowie die restlichen 13% in Italien entsprechen dem nationalen Energiemix aus erneuerbaren (Wasser-, Sonnen- und Windkraft) sowie nicht-erneuerbaren (Öl, Gas, Kernkraft) Energiequellen. Diese Anteile sowie die Anteile von Fernwärme (Geothermie, Biomasse, Gas und Öl) können nicht eindeutig erneuerbaren oder nicht-erneuerbaren Energien zugeordnet werden, da sie regionalen und saisonalen Schwankungen unterliegen und werden daher extra dargestellt.

SPAR baut die Eigenversorgung mit Energie laufend aus. In stark besiedelten Gebieten, in denen SPAR-Standorte sich großteils befinden, sind Wind- und Wasserkraftanlagen nur schwer realisierbar. Eine sinnvolle und flächendeckend anwendbare Technologie zur Energiegewinnung an SPAR-Standorten ist daher die Photovoltaik. SPAR-Standorte verfügen in vielen Fällen über geeignete Dachflächen hinsichtlich Größe und Belastbarkeit. Daher forciert SPAR die Errichtung von Photovoltaik-Anlagen und investiert allein in Österreich jährlich rund eine Million Euro. SES und INTERSPAR in Österreich haben sich zum Ziel

gesetzt, bis 2050 auf 50 Prozent der verfügbaren Dachflächen Photovoltaik-Anlagen zu installieren. Den erzeugten Strom nutzt SPAR direkt an den Standorten.

Im Jahr 2021 hat SPAR auf den Dächern von 132 Standorten Photovoltaik-Anlagen selbst betrieben. Zusätzlich sind auf weiteren Standorten Anlagen in Betrieb, deren Strom SPAR am Standort verbraucht, die jedoch Energieversorgern gehören. Im Jahr 2020 haben die SPAR-eigenen PV-Anlagen insgesamt rund 6,7 GWh Strom erzeugt, den SPAR direkt an den Standorten verbraucht hat.



Photovoltaik-Produktion in MWh

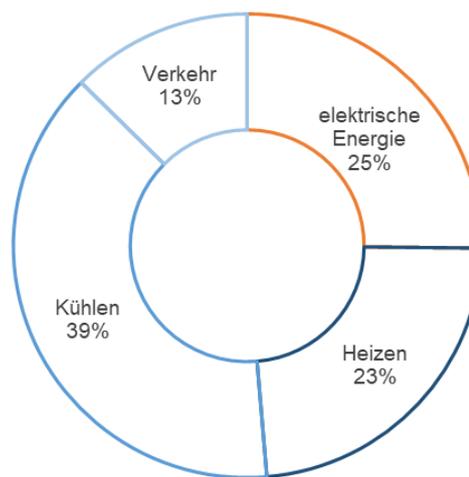
In Slowenien wird zusätzlich Biomasse zur Beheizung von Backöfen genutzt. Holzpellets befeuern die Backöfen der Markt-Bäckerei und

sparen so deutlich CO₂ ein. Auch in den kroatischen INTERSPAR-Hypermärkten Rujevica und Pula sind bereits Pellets-Öfen im Einsatz.

6.2.3. Reduktion von CO₂-Emissionen



SPAR verpflichtet sich zur deutlichen Reduktion der Treibhausgasemissionen. In Österreich besteht seit 2010 die Zielsetzung von relativ -90% bis 2050. Dieses Ziel ist angelehnt an die Pariser Klimaschutzziele von 2015, stimmt jedoch nicht komplett überein. Daher überarbeitet SPAR derzeit die Klimaschutzziele, weitet sie auf alle Länder der SPAR HOLDING aus und bringt sie in Übereinstimmung mit dem Ziel, die Erderwärmung unter 1,5°C zu halten. Dazu setzt SPAR einerseits auf Energieeffizienz im Gesamtsystem, also die Versorgung der Bevölkerung mit Waren zu möglichst effizientem Energieaufwand (siehe S. 83). Die eingesetzte Energie stellt SPAR zunehmend auf erneuerbare Energieträger um (siehe S. 87). Die Emissionen der SPAR HOLDING stammen zu jeweils rund einem Drittel aus elektrischer Energie, aus fossilen Quellen für Raum- und Prozesswärme sowie Verkehr und Kältemitteln.



Treibhausgas-Emittenten nach Anteil an Gesamt-Emissionen

Zur Reduktion der Emissionen setzt SPAR Maßnahmen für alle diese Emittenten.

Umstellung von Strom und Heizenergie auf erneuerbare Energieträger

SPAR stellt zunehmend elektrische Energie und Heizanlagen auf erneuerbare Quellen um (Siehe S. 87).

Moderne Kälteanlagen

Veraltete Kälteanlagen sind in Supermärkten die größten Stromverbraucher und werden mit Kühlmitteln betrieben, die hohes Treibhauspotential (Global Warming Potential GWP) haben, also bei Freisetzung die Ozonschicht gefährden. Moderne Kühlanlagen benötigen weniger Energie und werden mit natürlichen Kältemitteln betrieben, die ein Treibhausgaspotential von CO₂ oder weniger haben. Die aktuelle Verordnung über Fluorierte Gase der EU schreibt vor, dass die Emissionen aus Kältemitteln bis 2030 um 60 Prozent reduziert werden müssen. Daher werden Kältemittel mit hohem GWP verboten bzw. deren Verfügbarkeit laufend reduziert.

Bei SPAR in Österreich kommen seit 2017 bei allen Neubauten Kälteanlagen zum Einsatz, die mit CO₂ als Kältemittel betrieben werden. Bei Neuanlagen und Umbauten darf ab 01.01.2022 konzernweit in Kälteanlagen in SPAR-Gebäuden (Märkten, Lagerhäusern, Zentralen, Produktionen) nur mehr ein Kältemittel mit einem maximalen GWP von 150 eingesetzt werden. Bei Anlagen bis zu einer Kältemittel-Füllmenge von maximal 10 kg können Ausnahmen gemacht werden. Hier sind Kältemittel mit einem GWP von bis zu 700 tolerierbar. Die klare Zielsetzung ist jedoch im Sinne des nachhaltigen Wirtschaftens und der Bekämpfung der Klimakrise auch in diesem Segment die 150-Marke nicht zu überschreiten.

Mobilität von Menschen und Ware

Die Verteilung von Waren von Lagern an die SPAR-Märkte bewerkstelligt SPAR in den Ländern unterschiedlich. In Österreich und Ungarn wird der Großteil der Waren von der SPAR-eigenen Lkw-Flotte an die Märkte geliefert. Zusätzlich werden für die Transportlogistik externe Dienstleister eingesetzt, die spezielle Transportaufgaben und auch saisonal bedingte Spitzenzeiten abdecken. Bei SPAR Kroatien wurden 2021 erstmals eigene Lkw in Betrieb genommen, die einen Teil der Belieferungen von Märkten übernehmen anstelle der bisher eingesetzten Dienstleister. In den SPAR-Ländern Italien und Slowenien sowie bei Hervis ist die Transportlogistik überwiegend an Logistik-Unternehmen ausgelagert. SPAR erwartet durch den eigenen Betrieb der Logistik Effizienz und Sicherheit in der Belieferung.

Die SPAR-Lkw-Flotte wird durchschnittlich alle 8 Jahre erneuert und laufend auf dem neuesten Stand der Technik gehalten. Jährlich werden somit allein in Österreich rund 30 Fahrzeuge auf die jeweils neueste Abgasnorm getauscht. Der Einsatz der Fahrzeuge erfolgt täglich im Mehrschichtbetrieb. Die Lkw-Routen werden anhand von Effizienzkriterien computerunterstützt geplant. Die Lkw-Fahrer werden regelmäßig auf kraftstoffsparendes Fahren trainiert, in Ungarn ist der möglichst geringe Kraftstoffverbrauch bei Fahrern sogar Kriterium für Bonuszahlungen. Alle Lkw sind mit einem Monitoring-System ausgestattet, welches Routenabweichungen und Kraftstoffverbräuche festhält und bei überdurchschnittlichen Abweichungen Alarm schlägt. Ein Teil dieses Systems zur Kraftstoffeinsparung ist vom klimaaktiv-Fonds des österreichischen Ministeriums für Klimaschutz gefördert.

Bis 2050 möchte SPAR ohne fossile Energieträger auch in der Logistik auskommen. Im Gegensatz zur Personenmobilität stecken in der Warenlogistik alternative Antriebssysteme noch in den Kinderschuhen. Längere Distanzen, zusätzliche Stromverbraucher wie Kühlung oder Ladeboardwand sowie Gesamtlasten bis 40 Tonnen stellen Fahrzeugbauer bisher vor große Herausforderungen. SPAR trägt zu Forschung und Entwicklung durch die Beteiligung an unterschiedlichen Forschungsprojekten und Praxistests bei. Bis 2021 testete SPAR gemeinsam mit anderen Mitgliedern des Councils für Nachhaltige Logistik und unter wissenschaftlicher Begleitung der Universität für Bodenkultur Wien einen der ersten schweren Elektro-Lkw in Europa im täglichen Praxiseinsatz. Die Erkenntnisse aus dem Test wurden einerseits dem Lkw-Hersteller zur Weiterentwicklung übermittelt. Andererseits hat SPAR daraus abgeleitet, dass eine breite Umstellung aller SPAR-Lkw auf elektrischen Betrieb unrealistisch ist aus zwei Gründen: Einerseits sind die Lkw im Zweischicht-Betrieb unterwegs, müssen daher in der halbstündigen Mittagspause geladen werden. Diese Schnellladung von 30-60 Lkw pro Standort würde alle Netze überlasten. Andererseits ist der technische Standard der E-Lkws derzeit noch nicht tauglich für den Lebensmitteltransport. Der getestete Lkw hätte weder einen Anhänger ziehen noch die üblichen Routenlängen befahren können. Er wäre damit für einen flächendeckenden Einsatz nicht geeignet gewesen.

Hervis hat den Großteil des Warentransports an externe Logistiker ausgelagert. Diese setzen zunehmend auf alternative Antriebstechniken. So hat Logwin, der Logistikpartner von Hervis in Wien, drei E-Transporter für die Belieferung der innerstädtischen Hervis-Standorte im Einsatz.

Auf europäischer Ebene hat sich SPAR der Petition der European Federation for Transport and Environment angeschlossen und damit für eine verpflichtende Quote von Null-Emissions-Lastenfahrzeugen bei europäischen Autobauern eingesetzt. Bis 2025 müssen europäische Autobauer durch ihre verkauften Fahrzeuge 15 Prozent weniger CO₂ emittieren, bis 2030 30 Prozent. Wenn sie mindestens zwei Prozent Null-Emissions-Fahrzeuge verkaufen, können sie diese Reduktionsvorgabe auf 12 Prozent senken. Dadurch erhofft sich SPAR verstärkte Entwicklung von Null-Emissions-Fahrzeugen und wirtschaftlich darstellbare Preise für Nutzfahrzeuge mit alternativen Antrieben. In Österreich setzt sich SPAR für einen nationalen Ausbauplan für Wasserstoff-Nutzfahrzeuge aktiv ein. Vorbild ist dabei die Schweiz, wo bereits zahlreiche H₂-Lkw auf der Straße sind und die notwendige Werkstatt- und Tank-Infrastruktur aufgebaut wurde. Im Rahmen europäischer Initiativen sollen zuerst Wasserstoff-Routen auf hochrangigen Straßennetzen geschaffen werden.

Für die Personenmobilität setzt SPAR zunehmend auf die bereits etablierten und technisch funktionierenden Antriebsalternativen. Alle Mitarbeiter sind angehalten, insbesondere bei Dienstreisen ein klimaschonendes Transportmittel zu wählen. In Österreich beispielsweise wurden über die ÖBB und Westbahn im Jahr 2021 über 830.000 Personenkilometer zurückgelegt. Für die Firmen-Pkw zur persönlichen Nutzung bekommen Mitarbeitende einen Maximalbetrag je nach ihrer Position zugewiesen, interne CO₂-Grenzen beschränken die Umweltauswirkungen dieser Fahrzeuge ebenso, wie beispielsweise steuerliche Vergünstigungen bei Sachbezugszahlungen. Emissionsfreie Fahrzeuge sind ebenso auswählbar, für sie wird 2022 eine Sonderregelung erlassen, um bei ihren Anschaffungskosten die niedrigeren Folgekosten einzupreisen und den Kostenrahmen entsprechend anzuheben.

Erreichte Reduktion

Mit zunehmendem Austausch der Kälteanlagen und einem höheren Anteil von Strom aus

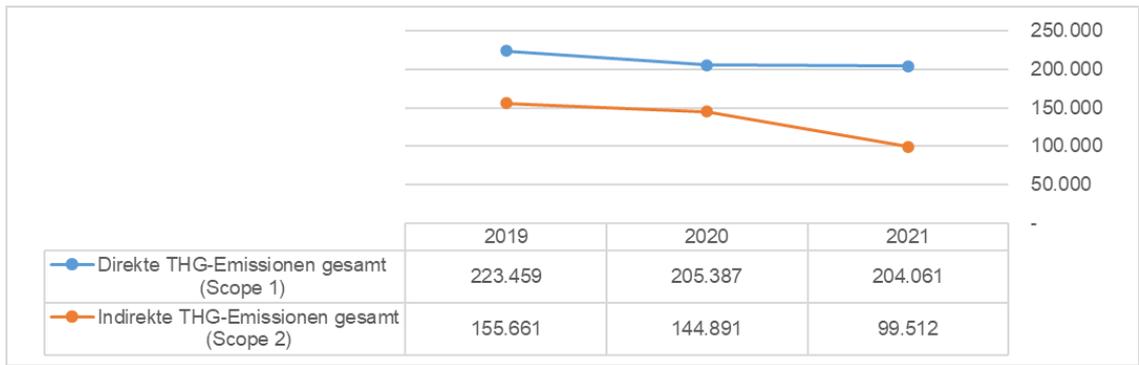
erneuerbaren Quellen, sinken die Treibhausgas-Emissionen von SPAR stetig seit vielen Jahren um mindestens drei Prozent jährlich. In Österreich wird das selbstgesetzte Ziel von -2 bis -5 Prozent jährlich übererfüllt, damit ist davon auszugehen, dass die geplante Reduktion von -90 Prozent Treibhausgas-Emissionen trotz derzeit absolut leicht steigendem Energieverbrauch bis 2050 auch erreicht wird.

Im Jahr 2021 verzeichnete SPAR eine deutliche Reduktion von Treibhausgas-Emissionen, über die gesteckten Ziele hinaus. Absolut sanken direkte und indirekte Emissionen der SPAR HOLDING AG um 13,3 Prozent, relativ zur anwachsenden Verkaufsfläche konnte SPAR sogar 15,9 Prozent Treibhausgase reduzieren. Die Emissionen der Filialen pro Quadratmeter Verkaufsfläche sanken ebenfalls um rund 15,5 Prozent.

Nicht genauer bezifferbar ist die Treibhausgas-Emission von SPAR in der vor- und nachgelagerten Lieferkette. Bei Hunderttausenden Produkten und entsprechend vielen Rohstoffquellen ist eine genauere Bezifferung der Scope 3-Emissionen nur annäherungsweise möglich. SPAR Österreich hat 2021 diese Emissionen in einem Projekt erstmals abschätzen und die größten Emissionskategorien ermitteln lassen. Einge kaufte Waren und Dienstleistungen mit drei Viertel der Scope 3 Emissionen und Downstream Transport mit rund 13 Prozent stellten sich erwartungsgemäß als größte Kategorien heraus. Durch nachfolgende Projekte in der Lieferkette, wie beispielsweise zur Steigerung des Eigenversorgungsgrads mit Eiweiß in Europa (siehe S. 53), oder für klimaschonende Kundenmobilität (siehe S. 89) versucht SPAR zu einer laufenden Reduktion der Emissionen auch vor und nach dem Unternehmen beizutragen, ohne jedoch die Auswirkungen messen zu können.

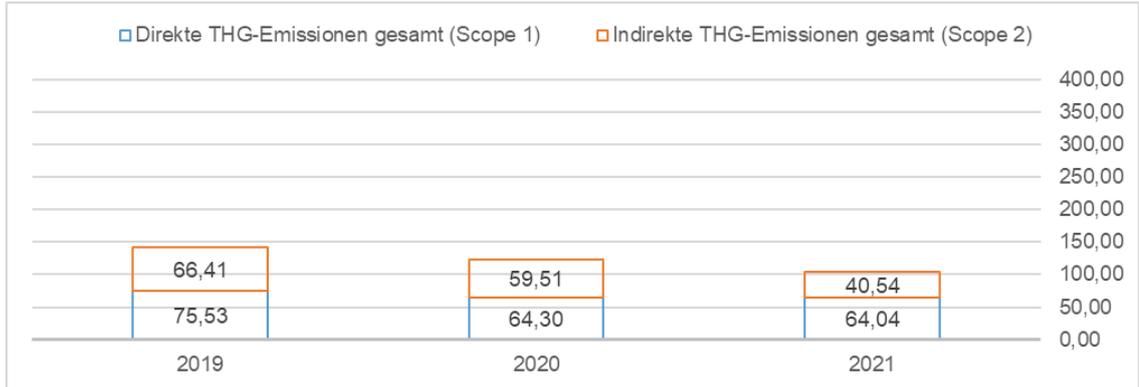
2022 hat SPAR neue Klima- und Energieziele verabschiedet, die ab sofort konzernweit verfolgt werden. Die neue Klimaziele sehen bis 2050 eine Reduktion der absoluten Emissionen um 80% vor (Teilziel 2030: -50%) vom Basisjahr 2014 ausgehend vor. Die Ziele entsprechen somit einer Reduktion von -4,2% p.a., die für eine Eindämmung der Erderwärmung auf maximal 1,5°C laut IPCC notwendig ist.

GRI 305-1
GRI 305-2



Treibhausgas-Emissionen gesamt (Strom, Heizen, Verkehr, Kühlen) in t CO₂eq.

GRI 305-4



Treibhausgas-Emissionen der Filialen SPAR und Hervis (Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO₂eq relativ pro m² Netto-Verkaufsfläche.

Treibhausgas-Emissionen (in t CO₂ Äquivalent)

	2021			2020			2019		
	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt
Regionen									
Österreich	76.606	8.660	85.266	72.871	7.107	79.978	87.550	7.591	95.141
Tschechien	0	870	870	0	913	913	0	1.300	1.300
Deutschland	0	296	296	0	337	337	0	140	140
Kroatien	11.673	12.084	23.757	10.376	11.816	22.191	13.669	12.089	25.758
Ungarn	78.284	61.880	140.164	75.513	61.444	136.958	69.217	63.883	133.100
Rumänien	0	793	793	0	792	792	0	1.318	1.318
Slowenien	4.969	2.276	7.245	6.968	52.739	59.707	10.081	54.817	64.899
Italien	32.529	12.653	45.182	39.659	9.743	49.402	42.630	14.523	57.153
Gesamt	204.061	99.512	303.573	205.387	144.891	350.278	223.148	155.661	378.809

305-1b, 305-2c: In die Berechnung sind alle relevanten Treibhausgase lt. DEFRA einbezogen.

305-2b: oben genannte indirekten Emissionen sind marktbasierend. Bei Anwendung von standortbasierten Emissionsfaktoren (IEA Emissionsfaktoren 2020) emittiert die SPAR HOLDING im Berichtsjahr 2021 237.332 Tonnen CO₂e an Scope2-Emissionen.

305-1c: keine

305-1d, 305-2d: nicht zutreffend

305-1e, 305-2e: Emissionsfaktoren zu Strom (market based) von regionalen Anbietern (jeweils lokaler Versorger in Österreich, Tschechien, Deutschland, Kroatien, Ungarn, Slowenien und Italien) und IEA (location based für alle Länder). Market based Faktor für Rumänien liegt nicht vor, daher wird der location based Faktor auch für market based Angaben verwendet. Umrechnungsfaktoren von Gas in Österreich von Umweltbundesamt, Umrechnungsfaktoren von Kältemitteln von IPCC, DEFRA sowie - falls von diesen nicht verfügbar - von Kältemittel-Herstellern, alle übrigen Angaben von DEFRA

305-1f, 305-2f: operativ (Mengenerhebung aller Verbräuche und Umrechnung)

305-1g, 305-2g: Umweltmanagementsystem Archibus und Abrechnungen der Dienstleister als Quellen, Excel zur Konsolidierung

Treibhausgas-Intensität der Filialen (SPAR und Hervis; Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO_{2eq}/m²

		2021			2020			2019		
		Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2) ¹⁾	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2) ¹⁾	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2) ¹⁾	Gesamt
Regionen	Österreich	38	7	45	34	6	39	47	6	54
	Tschechien	0	55	55	0	57	57	0	64	64
	Deutschland	0	36	36	0	38	38	0	16	16
	Kroatien	60	64	124	54	63	117	75	67	142
	Ungarn	132	131	263	123	132	255	122	138	260
	Rumänien	0	27	27	0	28	28	0	53	53
	Slowenien	20	5	25	32	238	269	48	263	311
	Italien	94	35	129	118	28	146	131	46	177
	Gesamt	64,04	40,54	104,58	64,30	59,51	123,81	75,38	66,41	141,79

305-4b: m² Netto-Verkaufsfläche aller SPAR- und Hervis-Markttypen.

305-4c: Die relativen Angaben bezogen auf Verkaufsflächen beinhalten nur den Verbrauch von SPAR- und Hervis-Märkten (Strom, Heizen, Kühlung). Die SPAR-Zentralen und -Logistik versorgen auch SPAR-Einzelhändler, die im Bericht nicht umfasst sind. Logistik-Aufwendungen für Einzelhändler können nicht getrennt dargestellt werden, daher werden Logistik-Verbräuche bei GRI 302-3 und GRI 305-4 nicht berücksichtigt. Shopping-Center verfügen über keine eigene, nicht-vermietete Verkaufsfläche und werden daher bei diesen relativen Angaben nicht berücksichtigt."

305-4d: In die Berechnung sind alle relevanten Treibhausgase lt. DEFRA einbezogen.

¹⁾ Indirekte Emissionen sind mit marktbasiereten Emissionsfaktoren berechnet.

6.2.4 Kundenmobilität

Die „Last Mile“ vom Supermarkt bis zum Haushalt hat eine entscheidende Auswirkung auf die Treibhausgas-Bilanz des Lebensmitteleinkaufs. Lt. Studien des VCÖ verursacht eine zwei Kilometer lange Einkaufsfahrt mit dem Auto etwa zwei Kilogramm CO₂ – fast viermal so viel wie etwa der Schiffstransport von einem Kilo Obst aus Übersee oder so viel wie 40 Einweg-Plastiksackerl. SPAR forciert daher eine möglichst klimaschonende Kundenmobilität durch:

- Zentrale Shopping-Center und Hypermärkte in Städten für Großeinkäufe, flächendeckende Supermärkte als regionale Nahversorger nahe an Siedlungsräumen
- Anbindung der Standorte an ÖPNV- und Radwege-Netz
- Sichere Fahrrad-Abstellplätze auf allen Parkflächen
- SPAR stellt – gemeinsam mit Energieversorgern – Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge zur Verfügung.

SPAR geht von einer deutlichen Steigerung der E-Autos in allen Ländern aus, in denen die SPAR HOLDING tätig ist. In Österreich liegen die Prognosen bei 74% bis 2050. Zur Förderung der Elektromobilität finden sich heute an zahlreichen SPAR-Standorten Ladestationen für Kundinnen und Kunden für E-Autos und oder E-Bikes.



Jedes SES-Shopping-Center bietet E-Ladestationen und baut dieses aufgrund der großen Nachfrage sukzessive weiter aus.

2021 zeichnete die österreichische Klimaschutzministerin Leonore Gewessler vorbildliche „klimaaktiv mobil-Projektpartner“ aus. SES Spar European Shopping Centers wurde dabei für die Errichtung von E-Ladestationen in Shopping-Centern in ganz Österreich gewürdigt. Mit 2022 werden insgesamt 132 E-Ladestationen in den österreichischen Malls quer durchs Land in Betrieb sein, Kund:innen tanken dort 100 Prozent Ökostrom.



Die österreichische Klimaschutz-Ministerin Leonore Gewessler zeichnete SES Spar European Shopping Centers 2021 für die Errichtung von E-Ladestationen in Shopping-Centern in ganz Österreich aus.

SPAR weitet zukünftig das Angebot an E-Ladestationen für Autos strategisch aus und wird je nach Marktgröße die Lademöglichkeiten ausbauen. Mittelfristiges Ziel ist ein flächendeckende Infrastruktur mit Schnellademöglichkeiten bei allen INTERSPAR, EUROSPAR und Maximärkten, bei denen die Verweildauer entsprechend lang ist, dass sich Ladungen durch Kundinnen und Kunden auszahlen und während des Einkaufs zumindest jene Menge Energie getankt werden kann, die zur An- und Rückfahrt zum Einkauf notwendig ist.

6.3 Beiträge zur Kreislaufwirtschaft



Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw.

Handlungsfelder

- Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

Ziele

- Alle Länder: SPAR reduziert Kunststoff-Verpackungen bis 2025 um 20% (Basisjahr 2020).

Beitrag zu SDGs

- Ziel 12. Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen
 - 12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern

Kennzahlen nach GRI

- 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen (2020)
- 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen (2020)
- **306-3** Erzeugter Abfall (2020)
- **306-4** Vor Entsorgung umgeleiteter Abfall (2020)
- **306-5** Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall (2020)

SPAR ist seit der Gründung der AG in Österreich darauf bedacht, den „Abfall, der an den Haushalt geht, möglichst gering zu halten“. So ist es bereits in der Verbraucherdeklaration von 1971 festgehalten, zu deren Einhaltung sich die damalige SPAR Österreichische Warenhandels AG gegenüber Konsumenten und Politik verpflichtet hat. Auch die Ziele der EU sehen vor, dass bis 2030 alle Kunststoffverpackungen recyclingfähig sind, der Verbrauch von Einwegkunststoffen reduziert und die absichtliche Verwendung von Mikroplastik beschränkt wird. Zu diesem Ziel trägt SPAR durch gezielte Maßnahmen zur Verpackungsreduktion bei, wo diese unter Einbezug der gesamten Lieferkette sinnvoll ist (siehe S. 37). integriert.

Bei der Produktion von Produkten, beim laufenden Betrieb von Handelsstandorten und beim Verbrauch von Produkten entstehen Abfälle. In den SPAR-eigenen Produktionsbetrieben fallen unterschiedliche Abfälle an: Bei der Verarbeitung von Fleisch fallen Abschnitte und Schlacht-Nebenprodukte wie Knochen oder tierische Fette an, die wertvoller Rohstoff sind und daher weiterverkauft werden. Bei der Verarbeitung von Obst und Gemüse für Convenience-Produkte fallen Abschnitte an, die an die jeweiligen Kommunen zur Entsorgung und Kompostierung übergeben werden. Frittieröle werden getrennt gesammelt und sind Rohstoff beispielsweise für Bio-Diesel. In den Bäckereien gibt es Überproduktionen an Brot und

Gebäck, die von Märkten nicht verkauft werden können, diese werden großteils zu Tierfütterung weitergegeben, sofern dies rechtlich möglich ist oder werden kompostiert. Und bei REGIO wird Kaffee geröstet, wodurch sich Bohnenhäutchen der Kaffeebohnen ablösen. Diese werden als Brennstoff lokal weitergegeben. In allen Produktionsbetrieben kommen Verpackungsmaterialien zum Einsatz, die teilweise Abschnitte verursachen, wie beispielsweise bei der Verpackung von Fleisch und Wurst. Diese werden gesammelt und an Verwertungssysteme zum hochwertigen Recycling weitergegeben.

Sowohl bei den SPAR-Produktionsbetrieben wie auch bei Lieferanten und bei der Logistik innerhalb des SPAR Konzerns werden Verpackungen in Umlauf gebracht. Diese sind in allen Ländern, in denen SPAR tätig ist, in Regimen der erweiterten Produzentenverantwortung (extended producers responsibility EPR) verpflichtet. SPAR verpflichtet alle von SPAR-eigenen Produktionsbetrieben in Umlauf gebrachten sowie alle durch SPAR importierten Verpackungen bei nationalen EPR-Systemen, beispielsweise in Österreich bei der ARA Altstoff Recycling Austria oder in Slowenien bei RECIKEL. Diese Systeme unterliegen strengen gesetzlichen Melde- und Kontrollpflichten. Durch diese Systeme wird das Abfallmanagement, die Sammlung und Verwertung sichergestellt. Verpackungen, die durch Lieferanten in den Ländern erstmalig in Umlauf gebracht werden, müssen durch diese verpflichtet werden. Daher liegen SPAR keine Informationen

GRI 306-1
GRI 306-2

über die Gesamtmenge der in SPAR- und Hervis-Märkten vertriebenen Verpackungsmengen vor.

SES-Shopping-Center betreiben eine gebündelte Abfallsammlung und -entsorgung für alle Shoppartner sowie die allgemeinen Center-Flächen. Alle Abfälle werden sofern möglich getrennt gesammelt und an regionale Verwertungssysteme oder Kommunen übergeben. Ein Sonderfall in der Abfallsammlung sind Produkte, für die eine Rücknahmeverpflichtung durch Inverkehrbringer besteht. SPAR nimmt unter anderem in allen Ländern Batterien zurück, die von SPAR und Hervis oder auch von anderen Händlern in Umlauf gebracht wurden. Diese werden gesammelt und an befähigte Abfallverwerter weitergegeben. Auch Elektro-Altgeräte werden beim Verkauf von neuen Geräten oder auch freiwillig an Standorten zurückgenommen. Darüber hinaus besteht derzeit in Kroatien ein Pfandsystem für Einweg-Kunststoff-Flaschen, das SPAR zur Rücknahme von allen bepfandeten Kunststoff-Flaschen verpflichtet.

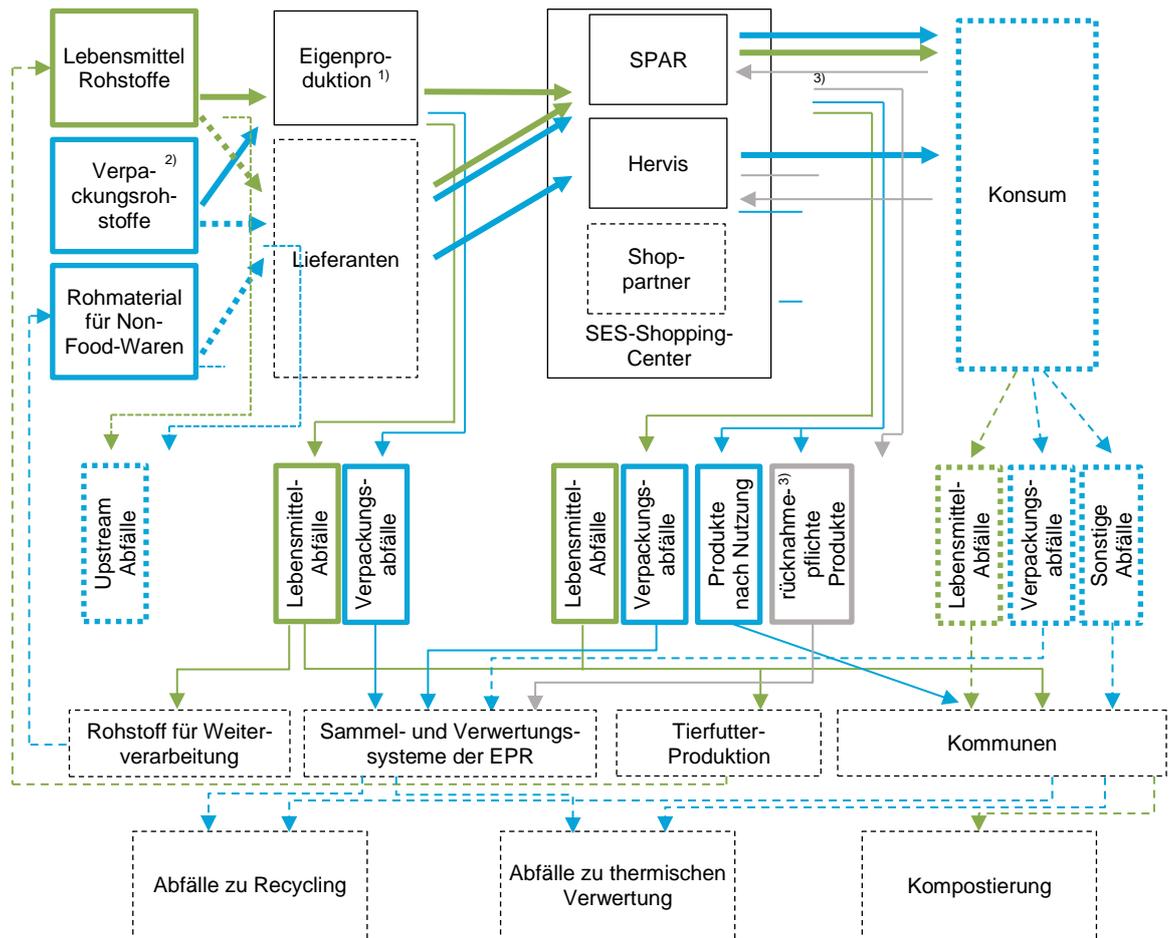
Auswirkungen der unterschiedlichen Abfälle, die in der Produktion innerhalb der SPAR HOLDING oder durch die Konsumation von Produkten der SPAR HOLDING entstehen, sind sehr unterschiedlich und können in drei große Gruppen unterteilt werden:

- Verpackungsabfälle: Für Transportfähigkeit, die Möglichkeit zum Angebot in Selbstbedienung und zum Produktschutz (Haltbarkeit und Qualität) ist es vielfach unabdingbar, Produkte zu verpacken. Verpackungen können aus Papier, Kunststoff, Metall oder Mischungen daraus entstehen. Bei der Produktion von Verpackungen und dem Abbau von notwendigen Rohstoffen wie Eisen, Aluminium, Erdöl oder Holz können Lebensräume beeinträchtigt werden und Emissionen entstehen. Umgekehrt können Verpackungen die Haltbarkeit von Produkten – speziell von Lebensmitteln – deutlich verlängern und damit Lebensmittelverschwendung vermeiden. Wesentlich ist der sparsame Einsatz von Verpackungen und die Kreislauffähigkeit von Verpackungstoffen, um unabhängiger von Primärrohstoffen zu werden. Alle Verpackungen sind von SPAR oder den Lieferanten in einem System der erweiterten Produzentenverantwortung lizenziert, das die Sammlung von Verpackungen bewerkstelligt. Wenn Konsumenten diese Verpackungen jedoch nicht in die dafür vorgesehene

Sammlung gibt, können negative Umweltauswirkungen beispielsweise durch Littering entstehen. Gesammelte Verpackungen können zu unterschiedlichen Teilen recycelt werden, bei Metall und Papier ist dieser Prozentsatz höher als bei Kunststoff. Letzterer wird je nach Möglichkeiten der Recyclingunternehmen in den Ländern aufbereitet und recycelt, zur Energieerzeugung verbrannt oder deponiert. Mit der EU-Strategie zur Kreislaufwirtschaft soll der recycelte Anteil auf mindestens 55 Prozent ab 2030 steigen.

- Produktabfälle sind all jene verkauften Produkte, die nach ihrer Nutzungsdauer nicht mehr gebraucht und daher entsorgt werden. Diese Abfälle können Wertstoffe enthalten und daher recycelt werden, wie beispielsweise Altgeräte oder Batterien, die SPAR in allen Ländern zurücknimmt. Produkte die nach Nutzung nicht verwertet werden können, werden je nach Länder-Gesetzgebung zur Energieerzeugung verbrannt oder deponiert, was je nach Produktzusammensetzung Emissionen, Wasserverschmutzung und die Beeinträchtigung von Lebensräumen beispielsweise durch Deponien zur Folge haben kann.
- Lebensmittelabfälle sind ein Sonderfall von Produktabfällen. Rund 17 Prozent der weltweit erzeugten Lebensmittel landen lt. UNEP im Müll, was unterschiedliche Folgen hat. Einerseits werden für die Produktion dieser Lebensmittel Energie, Düngemittel und Wasser aufgewendet, die Emissionen, Wasserknappheit und Überdüngung verursachen können. Andererseits können die Lebensmittelreste selbst, je nach Entsorgungsform, zu Kompost verwertet werden und damit wieder Grundlage für neue Lebensmittel werden, oder sie werden ohne Kompostierung entsorgt und emittieren beim Verrottungsprozess klimaschädliche Gase.

Zum Verständnis der anfallenden Abfälle innerhalb der Wertschöpfungskette von SPAR, Hervis und SES trägt der folgende Verfahrensablauf bei. Zur Vereinfachung wird auf die Darstellung der einzelnen Länderorganisationen verzichtet und nur eine schematische Darstellung der unterschiedlichen Geschäftssparten Lebensmittelhandel, Sportfachhandel und Shopping-Center vorgenommen.



Erläuterungen:



Zu strichlierten Teilen liegen SPAR keine Informationen vor.

¹⁾ SPAR eigene Produktionsbetriebe von TANN/REGNUM verarbeiten vorrangig Fleisch, Gemüse, Obst und Backwaren zu Fleisch, Wurst und Convenience-Artikeln; SPAR Bäckereien verarbeiten vorrangig Getreide und Cerealien, die Kaffeerösterei und Tee-Abpackung REGIO verarbeitet Kaffee, Tee, Kräuter und getrocknete Früchte.

²⁾ In allen Ländern, in denen SPAR tätig ist, sind Systeme zur erweiterten Produzentenverantwortung etabliert. Verpackungsmengen, die SPAR selbst verarbeitet oder mit Produkten importiert, werden bei Systemen entpflichtet und somit die Kosten für die getrennte Sammlung finanziert. Zu Verpackungsmaterial, das Lieferanten von SPAR in den Ländern im Umlauf bringen, wird von diesen entpflichtet.

³⁾ Je nach rechtlichen Anforderungen der Länder müssen manche Produkte vom Inverkehrbringer wieder zurückgenommen werden. Bei SPAR trifft dies beispielsweise auf Batterien und Elektroaltgeräte zu. SPAR beteiligt sich außerdem an Mehrweg-Systemen, diese Gebinde werden in Märkten retourniert und an Abfüller rückgeführt. Weitere Wertstoffe nimmt SPAR in einigen Ländern freiwillig an Standorten zurück.

6.3.1 Mehrweg-Systeme und Wertstoff-Kreisläufe

Innerhalb des Unternehmens und entlang der Supply Chain setzt SPAR bereits vielfach auf Mehrweg-Systeme.

Mehrweg-Transportbehälter in der Logistik

Für die Belieferungen der Märkte nutzt SPAR verschiedene Mehrweg-Systeme, um so

Überverpackungen einzusparen. Trockenwaren, die vom Zentrallager Wels aus über die Zweigniederlassungen oder direkt an Märkte geliefert werden, werden in Mehrweg-Klappkisten verpackt. Allein in Österreich rotieren monatlich über 600.000 Kisten zwischen Zentrallager und Märkten. Bei Obst und Gemüse war SPAR einer der ersten Händler, die das ifco-Pfandsystem nutzen. 2021 wurde DES-

PAR Italien für die Verwendung von wiederverwendbaren Behältern für Obst und Gemüse IFCO-zertifiziert. Die faltbaren Mehrweg-Kisten ersetzen großteils Karton und Holz-Steigen für Obst und Gemüse am gesamten Transportweg vom Landwirt/Verpacker bis zum Supermarkt. Beide Klappkisten werden nach Verkauf der Ware platzsparend zusammengeklappt und über die bestehende SPAR-Logistik wieder an die Zentralen retourniert. Für Frischfleisch und Wurstwaren aus eigener Produktion haben die TANN-Fleischwerke ebenfalls Mehrweg-Wannen im Einsatz – allein in Österreich über 400.000 – die in Produktion und Auslieferung zum Einsatz kommen. Zur Einführung neuer Mehrweg-Systeme kooperiert SPAR regelmäßig mit Forschungseinrichtungen und Lieferanten.

Mehrweg- und Einweg-Pfandsysteme für Getränke

SPAR führt in allen Ländern Getränke in Mehrweg-Verpackungen. In Österreich ist SPAR führend im Angebot unter den flächendeckend vertretenen Händlern und bietet Bier, Mineralwasser, Fruchtsaft, Limonaden und Milch in jedem Markt in Mehrweg-Flaschen an. Diese

Gebinde werden in den Märkten wieder gesammelt und rückgeführt.

In Kroatien besteht ein Rücknahmesystem für Einweg-Getränkeverpackungen seit 2006, an dem sich SPAR als Rücknehmer beteiligt. Ein Großteil der Rücknahme wird händisch durchgeführt. In Österreich hat sich SPAR lange Zeit gegen ein Pfandsystem für Getränkegebilde ausgesprochen. Ein derartiges Parallelsystem zur bestehenden Sammlung von Leichtverpackungen schwächt letzteres und verursacht zusätzliche Kosten, die Konsumenten durch den Pfandschlupf zum Teil tragen. SPAR hätte sich daher für die Ausweitung des bestehenden Systems ausgesprochen. Da die gesetzlich vorgeschriebene Sammelrate rechtlich jedoch nach Expertenmeinung nur mit einem getrennten Sammelsystem erreichbar ist, beteiligt sich SPAR in Österreich an der Planung des Einweg-Pfandsystems, das ab 1.1.2025 gestartet wird.

In Slowenien und Ungarn wird derzeit auf legislativer Ebene über die Einführung von Einweg-Pfandsystemen beraten. Ob ein solches System auch in diesen Ländern eingeführt wird, ist derzeit offen.

6.3.2 Wertstoffsammlung bei SPAR

Verpackungen, die nicht vermieden werden können, versucht SPAR zunehmend recyclingfähig zu machen. Dafür ist einerseits eine entsprechende technische Verpackungsgestaltung nötig, andererseits die tatsächliche Sammlung von Wertstoffen durch die Verbraucher in Gewerbe und Haushalt.

In SPAR-Standorten werden recyclingfähige Verpackungen der gewerblichen Abfallfraktionen wie Überverpackungen aus Plastik oder Karton sowie Holz von biogenen Abfällen und Restmüll getrennt gesammelt. Die Wertstoffe werden über die bestehende SPAR-Logistik in die Lager gebracht und dort von Partnerunternehmen für das Recycling aufbereitet.

Biogene Abfälle und Restmüll werden teilweise von privaten Abfallentsorgern, teilweise aufgrund gesetzlicher Beschränkungen von kommunalen Betrieben abgeholt. Diese führen den Restmüll sowie biogene Abfälle der in den Ländern vorgeschriebenen Bearbeitung zu. Für die Entsorgung von gefährlichen Abfällen beauftragt SPAR Spezialunternehmen, die

dies Abfälle einer geeigneten Bearbeitung zuführen.

SES hat in den österreichischen Centern bereits vor einigen Jahren die Mülltrennung optimiert. In den Abfall-Sammlungen der Center wird Restmüll mittels Restmüllwiegesystem nach dem Verursacherprinzip verrechnet.

Insgesamt fielen 2021 innerhalb der SPAR-HOLDING rund 193.000 Tonnen Abfälle an, die zu rund 80 Prozent aus recyclingfähigen Verpackungen aus Karton, Metall, Glas, Holz und gewerblichen Kunststofffolien sowie kompostierbaren Abfällen bestanden. Die rund 1,9 Prozent bzw. 3.626 t der gefährlichen Abfälle setzen sich zum überwiegenden Teil aus Öl zusammen, das in den Fettabscheidern der Restaurants anfällt (über 2.800 Tonnen) sowie aus Batterien (244 Tonnen), die von Konsumenten bei SPAR zurückgegeben wurden und nicht von den von SPAR verbrauchten Batterien getrennt werden können.

Abfall nach Zusammensetzung in metrischen Tonnen (t)

Zusammensetzung des Abfalls	2021			2020		
	Angefallener Abfall (306-3-a)	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall (306-4-a)	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall (306-5-a)	Angefallener Abfall (306-3-a)	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall (306-4-a)	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall (306-5-a)
Restmüll	39 771 t	0 t	39 771 t	38 665 t	0 t	38 665 t
Biogene Abfälle	39 055 t	39 055 t	0 t	44 310 t	44 310 t	0 t
Papier	95 414 t	95 414 t	0 t	90 482 t	90 482 t	0 t
Kunststoff	11 044 t	11 044 t	0 t	9 983 t	9 983 t	0 t
Metall	1 260 t	1 260 t	0 t	998 t	998 t	0 t
Glas	1 037 t	1 037 t	0 t	1 030 t	1 030 t	0 t
Holz	2 379 t	2 379 t	0 t	2 372 t	2 372 t	0 t
gefährliche Abfälle	3 626 t	3 053 t	572 t	4 195 t	3 746 t	449 t
Abfall insgesamt	193 587 t	153 243 t	40 344 t	192 034 t	152 920 t	39 114 t

Durch ein Verfahren zur Rückgewinnung von der Entsorgung umgeleiteter Abfall in metrischen Tonnen (t)

Außerhalb des Standorts (306-4-d-ii)	2021		2020	
	Gefährlicher Abfall	Ungefährlicher Abfall	Gefährlicher Abfall	Ungefährlicher Abfall
Aufbereitung zur Wiederverwendung	0 t	0 t	0 t	0 t
Recycling	3 053 t	111 134 t	3 746 t	104 864 t
Sonstige Verfahren zur Rückgewinnung / Kompostierung*	0 t	39 055 t	0 t	44 310 t
Gesamt	3 053 t	150 190 t	3 746 t	149 174 t

306-4-d-i: Die Menge des durch ein Verfahren zur Rückgewinnung von der Entsorgung umgeleiteten Abfalls in metrischen Tonnen (t) am Standort beträgt für jede Zeile 0 t.

306-4-b, 306-4-c: Die Gesamtmenge entspricht der Menge außerhalb des Standorts

Durch ein Entsorgungsverfahren zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall in metrischen Tonnen (t)

Außerhalb des Standorts (306-5-d-ii)	2021		2020	
	Gefährlicher Abfall	Ungefährlicher Abfall	Gefährlicher Abfall	Ungefährlicher Abfall
Verbrennung (ohne Energierückgewinnung)	0 t	0 t	0 t	0 t
Verbrennung**	0 t	39 771 t	0 t	38 665 t
Deponierung	0 t	0 t	0 t	0 t
Sonstige Entsorgungsverfahren	572 t	0 t	449 t	0 t
Gesamt	572 t	39 771 t	449 t	38 665 t

306-5-d-i: Die Menge des durch ein Entsorgungsverfahren zur Entsorgung weitergeleiteten Abfalls in metrischen Tonnen (t) am Standort beträgt für jede Zeile 0 t.

306-5-b, 306-5-c: Die Gesamtmenge entspricht der Menge außerhalb des Standorts

*Kompostierung bei ungefährlichen Abfällen, entspricht hier biogenen Abfällen

** bei gefährlichen Abfällen ohne Energierückgewinnung, bei ungefährlichen mit Energierückgewinnung

6.3.3 Wertstoffsammlung für Haushalte

Die Sammlung von Wertstoffen in Haushalten fördert SPAR durch die Unterstützung von Sammelsystemen, wie der ARA in Österreich oder der REZYKLAT in Slowenien.

Darüber hinaus ist SPAR teilweise als Inverkehrbringer verpflichtet, Abfälle wieder zurückzunehmen. Beispielsweise für Batterien und Leuchtstoffröhren muss SPAR Österreich eine Sammelmöglichkeit in den Märkten anbieten, in Ungarn beispielsweise auch für Altglas in Standorten über 400m² Verkaufsfläche. Darüber hinaus sammelt SPAR teilweise auch freiwillig Wertstoffe von Konsumenten ein, wenn es dafür keine geeignete oder ein unzureichend ausgebaute Sammelinfrastruktur gibt. In Österreich sind derzeit rund 80 Standorte mit Sammelautomaten für Altöl ausgestattet.

In einer dreimonatigen Testphase konnte bei SPAR Ungarn, ab Juni 2021 an fünf Standorten Altspeseöl zurückgegeben werden. Das Angebot wurde nach der Testphase auf 36 Märkte ausgeweitet.





7. Gesellschaftliches Engagement

Als Lebensmittelhändler, Sportfachhändler und Shopping-Center-Betreiber trägt die SPAR HOLDING gesellschaftliche Verantwortung in den SPAR-Ländern. Wie wichtig die sichere Versorgung mit hochwertigen Lebensmitteln ist, wird während der andauernden Pandemie besonders deutlich. Auch die Zahl der Menschen, die Unterstützung in verschiedenen Lebenslagen brauchen, ist in dieser Zeit gestiegen. SPAR hilft schnell und unkompliziert, dort wo Hilfe notwendig ist und das nicht nur in Krisenzeiten. Die Unterstützung karitativer Organisationen und lokaler Vereine, oft in Form langjähriger Partnerschaften sowie Bewusstseinsbildung bei Kundinnen und Kunden ist bei SPAR gelebte Praxis.

7.1. Sichere Versorgung



GRI 103-2

Strategische Stoßrichtung

- Wir haben das führende Konzept im jeweiligen Vertriebstyp

Handlungsfelder

- Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln
- Sichere Logistik

Ziele

- Effiziente Logistikprozesse einsetzen
- Effiziente Geschäftsprozesse einsetzen und Synergieeffekte nutzen

Beitrag zu SDGs

- Ziel 2. Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.
 - 2.1 Bis 2030 den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben.
 - 2.2 Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden.

Kennzahlen

- SPAR-KPI: Servicelevel Großhandel (Aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht)
- SPAR-KPI: Out of stock Quote (Aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht)

GRI 103-1

Die andauernde Pandemie zeigt auch 2021 wie wichtig sichere Versorgung, besonders in Krisenzeiten ist. Hauptaufgabe von SPAR als Teil der kritischen Infrastruktur ist es, die Bevölkerung mit ausreichenden und sicheren Lebensmitteln in hoher Qualität zu versorgen. Seit Beginn der Pandemie und auch während mehrerer Lockdowns, mit Schließungen in Handel und Gastronomie, hat SPAR dazu beigetragen, die Ernährungssicherheit in allen SPAR Ländern zu jeder Zeit aufrecht zu erhalten. Ein Risiko für diese gesellschaftliche Aufgabe stellen Verzögerungen und Ausfälle in der Lieferkette, sowie Corona-bedingte Personalausfälle im Unternehmen dar.

Besonders die Warenlogistik in den Lagern hat sich in der Pandemie als Achillesferse des Handels erwiesen. Aufgrund von Corona-Clustern fallen während der Pandemie in einzelnen Lagern zeitweise größere Mitarbeiter-Gruppen aus. Wenn die üblichen Personalreserven zu Beginn der Pandemie 2020 nicht mehr ausreichten, um die Belieferung der Märkte aufrecht zu erhalten, musste SPAR auf Unterstützungsleistungen der nationalen Armeen zurückgreifen. Zur Stabilität in der Logistik hat SPAR daher eine „mobile Eingreiftruppe“ etabliert, die im Fall von Personalengpässen – beispielsweise durch Corona-Cluster – länderübergreifend die Logistikprozesse aufrecht erhalten kann. Speziell geschulte Mitarbeitende aus allen Lagern werden im Bedarfsfall zur

Unterstützung in ein betroffenes Lager entsandt.

Dank breit aufgesetzter Lieferkette und der Zusammenarbeit mit mehreren verlässlichen, oft langjährigen Partnerinnen und Lieferanten konnte die Warenverfügbarkeit 2021 jederzeit aufrecht erhalten werden. Bei Ausfällen einzelner Zulieferer wurden schnell Ersatzprodukte gefunden und ins Sortiment aufgenommen.

Regionale Lieferketten und der Bezug von Lebensmitteln aus regionaler Landwirtschaft geben dabei neben vielen weiteren Vorteilen (siehe Kapitel 4.1), Stabilität in Krisenzeiten. SPAR bevorzugt bei gleicher Qualität regionale Produkte und baut gemeinsam mit regionalen Lieferantinnen und Lieferanten Produktionen in den Ländern auf.

Um generell zu jeder Zeit ausreichend Warenverfügbarkeit in den Lagern zu garantieren, ohne gleichzeitig Übermengen vorrätig zu halten, greift SPAR auf teilautomatisierte Bestellungen mittels künstlicher Intelligenz auf Basis langjähriger Handelserfahrung zurück. Kommende Aktionen werden frühzeitig eingeplant. Waren für die Märkte werden teilautomatisiert, nach verkauften Mengen bestellt, um auch hier immer ausreichend Produkte anbieten zu können ohne zu viel vorrätig zu haben. Die Warenverfügbarkeit in den Märkten und im Großhandel prüft SPAR mittels automatisierter Auswertungen.

GRI 103-3

Dank effizienter Logistik- und Bestellsysteme sowie eines breiten Netzwerks an Lieferantinnen und verlässlichen Partnern in Landwirtschaft und Produktion, konnte SPAR im vergangenen Jahr sicherstellen, dass die gesamte Bevölkerung stetig mit allen notwendigen Produkten versorgt war. Besonders für Menschen mit niedrigem Einkommen bietet SPAR Produkte der SPAR-Marken im Preis-Einstiegssegment und spendet unverkäufliche Lebensmittel zur Weitergabe an Bedürftige (siehe Kapitel 7.2). Zusätzlich wurden auch 2021 weiterhin kostenlos FFP2 Masken für Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden zur Verfügung gestellt. In Teilen Österreichs

übernahm SPAR zusätzlich die Ausgabe und Annahme der stark nachgefragten PCR-Tests.



Mit Unterstützung des österreichischen Bundesheers wurde z.B. in Loosdorf eine Verpackungsstraße für PCR-Test-Sets organisiert.

7.2. Lebensmittel-Weitergabe an karitative Organisationen



GRI 103-1

Der Anbau, die Produktion und der Transport und Energie. Ihre Verschwendung ist also nicht nur moralisch verwerflich, sondern auch eine Belastung für die Umwelt, da Ressourcen völlig umsonst verbraucht werden. Der Lebensmittelhandel verursacht nur einen kleinen Teil der gesamten Lebensmittelabfälle. Dennoch setzt SPAR verschiedene Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung, wie Vorkehrungen für längere Haltbarkeit, Kundeninformation und Weitergabe an Sozialeinrichtungen. Das Unternehmen trägt damit zu SDG 12: „Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbie-

ren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern“ bei. Bei SPAR können nur ein bis zwei Prozent der Lebensmittel nicht verkauft werden. Kennzahl für den Anteil an unverkäuflichen Lebensmitteln im Handel ist der Verderb, der möglichst gering gehalten wird. Diese Kennzahl wird von Sortimentsmanagern bei jedem einzelnen Produkt und vom Vertrieb in allen Ländern regelmäßig analysiert und ist Bestandteil der Bewertung zum Weiterbestand eines Produkts im SPAR-Sortiment.

GRI 103-2

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - Wir nehmen die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber unserer gesamten Umwelt wahr: Ökologie, Politik, Investoren, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden usw.

Handlungsfelder

- Lebensmittelweitergabe an Sozialorganisationen

Ziele

- Österreich: SPAR hält die Anzahl der Standorte, die Lebensmittel an soziale Organisationen spenden bei nahezu 100 Prozent (bezogen auf alle Standorte in deren Umgebung es eine Sozialeinrichtung gibt).

Beitrag zu SDGs

- Ziel 12. Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen
 - 12.3 Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern

Kennzahlen nach GRI

- **SPAR KPI:** Standorte mit Sozialkooperationen

GRI 103-3

Alle Systeme bei SPAR sind darauf ausgelegt nichts zu verschwenden und möglichst alle bestellten Produkte auch zu verkaufen. Die wenigen Reste, die in den Märkten trotz Abverkauf bleiben, werden nach einer festgelegten Hierarchie (siehe Kap. 4.3.2) weitergegeben. SPAR spendet in jenen Ländern, in denen dies erlaubt ist, Lebensmittel, die noch gut sind, aber nicht mehr verkauft werden an Sozialorganisationen. In Österreich und Italien gibt jeder Markt, in dessen Umgebung es eine Tafel, einen Sozialmarkt oder eine andere Sozialorganisation gibt, unverkäufliche Lebensmittel weiter. SPAR Slowenien arbeitet mit dem Lions Club und zwei weitere Abholorganisationen zusammen. In Kroatien wird Brot und Gebäck, das noch gut ist, aber nicht mehr verkauft wird, von SPAR seit 2005 an die Caritas weitergegeben. Darüber hinaus werden in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Landwirtschaft, Lebensmittel vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums, über eine IT-Plattform verschenkt. Über diese Plattform wurden 2021 Lebensmittel mit einem ursprünglichen Verkaufswert von über 57.000 Euro gespendet.

SPAR KPI

2021 holten Sozialorganisationen rund 7.200 Tonnen Lebensmittel bei SPAR-Standorten in Österreich ab und weitere 1.400 Tonnen in Italien. SPAR arbeitet dafür mit über 400 regionalen Tafel-Organisationen und Sozialmärkten zusammen, davon über 200 in Italien.

Sowohl in Österreich als auch in Italien ist die Weitergabe von Lebensmitteln an Sozialorganisationen seit vielen Jahren gelebte Praxis. Italien ist, zum Beispiel mit dem Good-Samaritan-Law, Vorbild für gesetzliche Regelungen der Weitergabe von Lebensmitteln und kommt ohne überbürokratische Zwangsverordnungen wie z.B. in Frankreich aus. U.a. nach intensiven Gesprächen zwischen SPAR und den gesetzgebenden Stellen, wurde in Kroatien die Verordnung zur Weitergabe von Lebensmitteln und Tierfutter geändert. Lebensmittel zu spenden, deren Mindesthaltbarkeitsdatum bereits überschritten ist, die aber dennoch genießbar sind, ist daher seit Oktober 2019 erlaubt. Zusätzlich gibt es administrative Vereinfachungen und Steuererleichterungen für Spender von Lebensmitteln.

In Ungarn ist es nicht erlaubt, Lebensmittel zu spenden, die nahe am oder über dem Mindesthaltbarkeitsdatum sind. Erlaubt ist die Weitergabe von frischen Lebensmitteln, wie Brot und Gebäck oder auch Convenience-Produkten ohne Mindesthaltbarkeitsdatum.

Verringerung der Lebensmittelabfälle in Haushalten

Der größte Anteil der Lebensmittelabfälle kommt direkt aus den Haushalten – häufig, weil zu große Mengen, oft vorverpackt, eingekauft wurden. Die wichtigste Maßnahme gegen Lebensmittelverschwendung bei SPAR ist daher die Möglichkeit des Einkaufs in Bedienung. An den Bedientheken können Kundinnen und Kunden gramm- bzw. stückgenau jene Menge Fleisch, Wurst, Käse, Frischfleisch und Brot einkaufen, die sie tatsächlich (ver)brauchen. Anders als bei vorverpackten Großpackungen bleiben keine kostbaren Frischprodukte übrig, die besonders viel CO₂ in der Produktion verursachen. SPAR bietet, trotz vielfacher Mutmaßungen, dadurch vermehrten Einkauf zu fördern, Mengenaktionen wie 1+1 oder 2+1 gratis an. So können saisonal überproduzierte Lebensmittel besser verkauft werden. Zudem nutzen z.B. größere Familien diese Aktionen bewusst zum günstigen Einkauf. Im sogenannten Trockensortiment (Reis, Nudeln, Cerealien, Mehl etc.) sind Haltbarkeitsfristen sehr lange und der Verderb daher gering, trotzdem bietet SPAR auch hier an ausgewählten Standorten Abfüllstationen an, an denen grammgenau eingekauft werden kann.

Kundeninformation zu sorgsamem Umgang mit Lebensmitteln

Zusätzlich zur Möglichkeit des genauen Einkaufs informiert SPAR regelmäßig in den Eigenmedien über Möglichkeiten zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen in Haushalten - Von Anleitungen für gezielten Einkauf (Einkaufslisten, Wochenpläne) über richtige Lagerung bis hin zu Rezepten für übriggebliebene Lebensmittel. In Österreich bietet SPAR auf www.spar-mahlzeit.at Restrezepte, in Italien informiert DESPAR im Magazin Di Vita zum Thema.

Dazu hat SPAR Slowenien 2020 die Aufklärungskampagne „Lebensmittel gehören nicht in den Müll“ gemeinsam mit dem bekannten slowenischen Koch Marko Pavčnik ins Leben gerufen. Am Welternährungstag 2021 wies SPAR Slowenien aufmerksamkeitsstark auf die Verschwendung von Brot hin. Alte Brote wurden wieder zu Mehl verarbeitet, das die Grundlage für ein „Nachhaltigkeitsbrot“ war. SPAR informierte damit, dass auch altes Brot noch ein sinnvolles zweites Leben haben kann und nicht verschwendet werden muss.

7.3. Sponsoring

SPAR übernimmt in allen Ländern und Unternehmensbereichen auch soziale Verantwortung gegenüber Mensch und Gesellschaft. Das Unternehmen pflegt zahlreiche, oft langjährige Partnerschaften mit Sozialorganisationen. Neben direkter finanzieller Unterstützung macht SPAR durch verschiedene Spendenaktionen auf jene Menschen aufmerksam, die aus verschiedensten Gründen Hilfe brauchen.

7.3.1. Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen

Die Lebensmittelparte von SPAR konzentriert sich in ihrem sozialen Engagement auf die Unterstützung gemeinnütziger Organisationen im jeweiligen Land. SPAR ist verlässlicher Partner verschiedener Einrichtungen, die sich um das Wohl der schwächsten in der Gesellschaft kümmern. Besonders während der andauernden Pandemie zeigt sich, wie wichtig verlässliche Unterstützung in diesem Bereich ist.

Neben direkter finanzieller Unterstützung, engagiert sich SPAR in Form von verschiedenen Verkaufsaktionen für den guten Zweck. Dabei haben auch Kundinnen und Kunden die Möglichkeit einen Beitrag zu leisten. Gleichzeitig fördert SPAR die Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft.

In Österreich beispielsweise ist SPAR einer der größten Spendenüberbringer für Licht ins Dunkel und spendete 2021 über 400.000 Euro. Das Tochterunternehmen INTERSPAR ist unter anderem langjähriger Partner von SOS-Kinderdorf oder auch DEBRA Austria. Die Arbeit für Schmetterlingskinder wurde zum Beispiel mit 55.000 Euro unterstützt. Der Betrag aus der Spendenaktion wurde dafür aufgestockt. Die SPAR-Stickermania erfreute sich 2021 besonderer Beliebtheit. Aus den Erlösen spendete SPAR 30.000 Euro an rettet das Kind.



SPAR spendete 30.000 Euro aus dem Erlös der Stickermania an Rettet das Kind Österreich.

Darüber hinaus ist das Unternehmen auch im Sport- sowie Kunst- und Kultursponsoring tätig. Insgesamt spendete SPAR mehrere Millionen Euro für Sport- und Kulturveranstaltungen, an regionale Organisationen und für soziale Zwecke. SPAR gab Kundenspenden an Hilfsorganisationen weiter und übergab unverkäufliche Lebensmittel im Wert von rund 25 Mio. Euro an Sozialorganisationen.

Zusätzlich wird bei jeder Eröffnung eines neu- oder umgebauten SPAR-Markts eine Spende an eine Hilfsorganisation im jeweiligen Ort übergeben.

Dem Unternehmen ist es ein Anliegen, schnell und unkompliziert dort zu helfen, wo Hilfe dringend nötig ist. Nach einem Hochwasser im Juli 2021, standen in Hallein über hundert Familien vor den Trümmern ihrer Existenz. INTERSPAR unterstützte die Betroffenen mit Einkaufsgutscheinen im Wert von 10.000 Euro.



INTERSPAR stellte im Sommer schnelle Hilfe für Hochwasseropfer in Hallein bereit.

Über finanzielle Unterstützung hinaus engagiert sich SPAR auch für andere soziale Themen. In Österreich bietet SPAR zum Beispiel regelmäßig niederschwelliges Informationsangebot zu Gewaltschutz und möglichen Auswegen aus gewaltsamen Lebensumständen. Bei SPAR in Österreich gibt es täglich über zwei Millionen Bezahlvorgänge. Über die Kassabons können also viele potenzielle Opfer erreicht werden. Ende 2021 wurden daher erstmals Frauenhelplinennummern am Ende der Kassabons aufgedruckt. Ein Anruf kann der erste Schritt in ein neues, gewaltfreies Leben sein. Derartige Aktionen sollen auch in Zukunft regelmäßig stattfinden. Zusätzlich informieren Plakate und Folder in den Märkten immer wieder über mögliche Auswege aus der Gewalt. Auch die Mitarbeitenden werden in internen Schulungen speziell für dieses Thema sensibi-

lisiert. ASPIAG Service startete 2021 in Kooperation mit der Polizei in Venetien ein Projekt gegen Gewalt. Dafür wurden über 75.000 Flugblätter zur Aufklärung über geschlechterspezifische Gewalt, Mobbing, Sucht und Online-Betrug produziert.



In Venetien wurden eigens produzierte Flugblätter zur Aufklärung über geschlechterspezifische Gewalt verteilt.

Unter dem Titel „Die Welt braucht Frauen“ sammelte ASPIAG Service, die Tochtergesellschaft von SPAR Österreich in Italien, bereits zum siebten Mal Spendengelder für Frauenprojekte. Zwei Wochen lang hatten Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, ihre Einkaufssummen um einen beliebigen Betrag aufzustocken und damit regionale Frauenprojekte zu unterstützen. Insgesamt wurden 2021 über 260.000 Euro an vier Frauen-Einrichtungen und -Hilfsorganisationen in vier Regionen übergeben, in denen ASPIAG Service in Italien tätig ist.

ASPIAG Service sponsorte auch 2021 Veranstaltungen und Aktivitäten in verschiedenen Regionen. Sponsorings gingen unter anderem an den Pink Run (nicht wettkampforientierter Lauf, der Frauen vorbehalten ist), das Jugendzentrum Papperlapapp in Bozen, das Future Vintage Festival (Festival für Lifestyle und Kommunikation) in Padua, die TedX ebenfalls in Padua und die Girovagante – einer Aktion, die Kino, Theater und Musik-Shows in abgelegene Gebiete bringen soll.



2021 wurde der Pink Run nicht nur unterstützt, es nahm auch ein Team aus Mitarbeiterinnen des Unternehmens Teil.

SPAR Ungarn arbeitete auch 2021 wieder mit dem Malteser Hilfsdienst zusammen und ist Partner der „Máltai Manufaktúra“. Das sozial orientierte Unternehmen bringt mit der Unterstützung von SPAR hochwertige Produkte auf den Markt und ermöglicht es benachteiligten Menschen ihren Lebensunterhalt als produktiver Teil der Gesellschaft, selbst zu verdienen. Gemeinsam mit dem Malteser Hilfsdienst wurde bei INTERSPAR auch eine Schulsachen-Sammelaktion durchgeführt. Dabei konnten Kundinnen und Kunden in teilnehmenden Märkten Spendenkarten in verschiedenen Höhen erwerben, die anschließend in Schulmaterialien für Familien in schwierigen Situationen investiert wurden. Insgesamt wurden über 2,2 Mio. Forint gespendet.



Die Sammelaktion für Schulbedarf wurde an 33 INTERSPAR Standorten sowie über den Onlineshop abgehalten.

SPAR Ungarn hat 2021 das Projekt „Mahlzeiten für Gesundheitspersonal“ (sinngemäß übersetzt) unterstützt. Ab März wurden wöchentlich 1000 SPAR enjoy Sandwiches für die Verpflegung des Gesundheitspersonals im Einsatz gegen das Corona-Virus zur Verfügung gestellt.

Anlässlich der Neueröffnung von acht Märkten, spendete SPAR in Kroatien Ausrüstung, Kleidung und Werkzeug an die Freiwillige Feuerwehr am jeweiligen Standort. Im Zuge der Eröffnung des INTERSPAR-Hypermarkts in Osijek spendete SPAR Kroatien außerdem mobile Monitore, zur Überwachung der Vitalfunktionen von Neugeborenen (insbesondere Frühgeburten), an die Intensivstation für Neugeborene des Krankenhauses Osijek.

SPAR Slowenien hat 2021 die erfolgreichen Spendenprojekte fortgeführt. Unter anderem unterstützte SPAR Slowenien bereits zum neunten Mal insgesamt elf Mutter-Kind-Heime in ganz Slowenien mit Windeln, Pflegeprodukten und Schulbedarf für die älteren Kinder.



SPAR Slowenien führte die Unterstützung für Mutter-Kind-Heime 2021 fort.

Grundschüler aus sozialschwachen Familien unterstützte SPAR im Sommer 2021 mit insgesamt 100 Schulstart-Paketen. Im Rahmen der Aktion Annas Sternchen sammelte SPAR wieder Kundenspenden ein und stellte selbst 15.000 € in Form von Lebensmitteln zur Verfügung, die an 400 Familien verteilt wurden.



SPAR Slowenien führte auch 2021 die Aktion "Anas Sternchen" fort und spendete Lebensmittel um 15.000€.

Darüber hinaus spendete SPAR Slowenien Hunde- und Katzenfutter an vier Vereine für

Rettings- und Therapiehunde sowie an drei Katzenpflegevereine.

Den Covid-Teams in sieben Krankenhäusern versüßte SPAR Slowenien mit Torten den Arbeitsalltag zu Ende des Jahres. Eine neue Aktion hat SPAR gemeinsam mit Lieferanten ins Leben gerufen und sammelte Spielwaren für das Kinder-Krisenzentrum im Krankenhaus Brežice, die zu Weihnachten übergeben wurden.

Auch die SES Spar European Shopping Centers nehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst. Im Rahmen der Spendeninitiative "Warm a Soul" eines langjährigen Partnerunternehmens haben vier SES-Malls gemeinsam mit der Caritas Winterjacken für Bedürftige gesammelt.



Der EUROPARK Salzburg ist langjähriger Partner von Rettet das Kind Salzburg.

Vor zehn Jahren wurde die gemeinsame Charityaktion von EUROPARK Salzburg und Antenne Salzburg zugunsten von Rettet das Kind Salzburg aus der Taufe gehoben. Allein 2021 belief sich der Erlös aus den Spendenaktivitäten auf 55.000 Euro.

7.3.2. Sport-Sponsoring



Das Team des Vereins Krka konnte den Pokal SPAR 2020/2021 für sich entscheiden

Der Schwerpunkt beim Sport-Sponsoring legen SPAR und Hervis auf den Volkssport Laufen. SPAR ist als Hauptsponsor auch Namensgeber des SPAR Budapest Maraton Fesztivál. Im Oktober 2021 wurde die Sportveranstaltung zum 36. Mal abgehalten. Nachdem im Jahr

2020, aufgrund der Corona-Schutzmaßnahmen, nur Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Ungarn zugelassen werden konnten, waren 2021 auch wieder internationale Anmeldungen möglich. Schon seit 21 Jahren ist SPAR Slowenien Sponsor des Basketballverbands und der erfolgreichen slowenischen A-Basketballnationalmannschaft der Herren sowie des Basketballklubs Cedevita Olimpija. Seit 2001 ist SPAR Mitorganisator und Sponsor des Pokals SPAR, seit 2011 auch des Mini Pokals SPAR.

In Italien legt SPAR einen Schwerpunkt auf das Sponsoring von regionalen Sportvereinen. Beispielsweise wurden die Vereine Udinese Calcio und Pallacanestro Trieste, die auch ökonomisch ein wichtiger Faktor für die jewei-

lige Region sind, unterstützt. Auch das Frauenvolleyballteam Delta DESPAR Trentino, erhielt 2021 ein Sponsoring, um nur ein paar Beispiele zu nennen.

SES engagiert sich stark im regionalen Umfeld der betriebenen Shopping-Center und unterstützt regionale Sportvereine. Die WEBERZEILE Ried sponsert beispielsweise den österreichischen Zweitligisten SV Ried, der EUROPARK Maribor den Fußballklub Maribor und die VARENA den Vöcklabrucker Sportclub. EUROPARK Salzburg ist seit 1996 Hauptsponsor des ASV EUROPARK Taxham. Darüber hinaus sind die Center der SES immer wieder Austragungsorte für Meisterschaften. So werden im MAX.CENTER Wels beispielsweise Spiele der Tischtennis-Bundesliga

ausgetragen. Aufgrund der Corona-Beschränkungen mussten diese Veranstaltung jedoch 2020 ausfallen.

Hervis ist als Sportfachhändler prädestiniert für die Unterstützung von Sportveranstaltungen und nimmt diese Aufgabe auch vielfach wahr. Unter anderem ist Hervis Hauptsponsor der größten österreichischen Laufveranstaltung, dem Vienna City Marathon. Aber auch kleinere Laufveranstaltungen in allen Ländern sind Teil der Hervis-Initiative #getmovin. Aufgrund der Corona-Beschränkungen musste 2020 der überwiegende Teil der unterstützten Veranstaltungen abgesagt werden, so auch der Vienna City Marathon.

7.3.3. Unterstützung für Kunst und Kultur

Die SES konzentriert sich bei der Entwicklung von Shopping-Centern auf zentrale Lagen beziehungsweise Orte mit großem Einzugsgebiet die sowohl für individual- als auch öffentlichen Verkehr optimal erschlossen sind. So werden sinnvolle Strukturen geschaffen mit dem Ziel den Handel, aber auch Gastronomie, Kunst und Kultur zu den Menschen zu bringen.

SES-Shopping-Center sind daher mehr als nur Einkaufsorte. Sie sind Treffpunkt für Jung und Alt. Jeder SES-Center-Standort bietet Raum für Highlights aus Kunst, Kultur und Entertainment. Der EUROPARK in Salzburg ist Aushängeschild der SES in diesem Bereich und Vorbild für zahlreiche weitere Center. Neben Nahversorgung und Gastronomie finden im EUROPARK Kunst und Kultur im „OVAL-Die Bühne im EUROPARK Salzburg“ einen fixen Platz. Hier finden (ausgenommen in Zeiten der Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung) an

über 200 Tagen im Jahr Konzerte, Kinovorstellungen und Vorträge statt. Auch 2021 wurden Veranstaltungen, sofern es die Schutzmaßnahmen während der Pandemie zuließen und unter Einhaltung aller jeweils aktuellen Vorgaben, durchgeführt.

SPAR Slowenien unterstützt bereits seit mehreren Jahrzehnten die kulturellen Festivals in Ljubljana und Maribor. Das Ljubljana Festival bietet mit finanzieller Unterstützung von SPAR dutzende klassische Konzerte. In Maribor unterstützt SPAR das Standup-Comedy-Programm im Rahmen des Kulturfestivals Lent.

SPAR Ungarn sponsert die beliebte Talent-Show „Virtuosen v4+“, die im Fernsehen für ein breites Publikum ausgestrahlt wird. Gesucht werden junge Talente im Bereich der klassischen Musik.

7.4. Kundeninformation für nachhaltige Lebensweise

Ernährung und die generelle Lebensweise haben nicht nur Auswirkungen auf Gesundheit und Wohlbefinden, sondern auch auf Klima, Umwelt und Natur. Um Kundinnen und Kunden dazu zu bringen, vermehrt zu Produkten mit positiven Eigenschaften für die Gesundheit zu kaufen, reicht es nicht diese anzubieten. Die Vorteile und Empfehlungen für eine bewusster Lebensweise müssen aktiv kommuniziert werden. Gleiches gilt für Produkte, die entlang der Lieferkette weniger negative beziehungsweise positive Auswirkungen auf Menschen und Umwelt haben.

Zu diesem Zweck nutzt SPAR verschiedene eigene Medien und öffentliche Kampagnen zu

innovativen Produkten, ausgewogener Ernährung und einer generell nachhaltigeren Lebensweise.

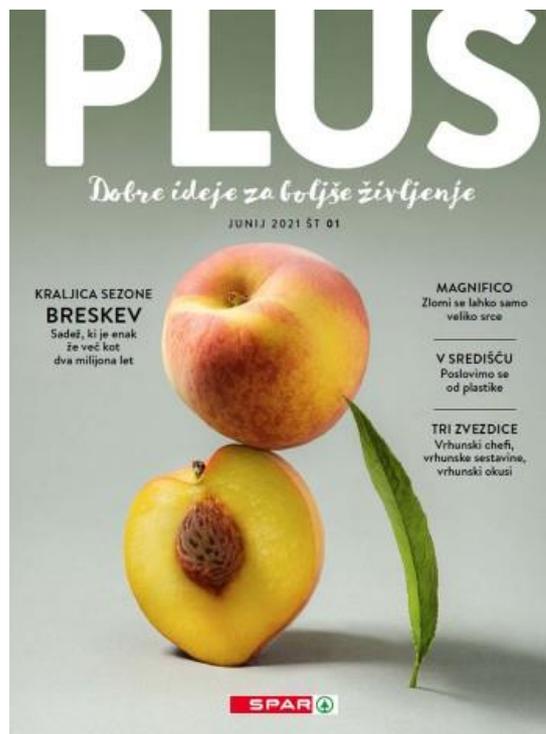
Das SPAR Mahlzeit!-Magazin in Österreich inklusive Online-Auftritt unter www.spar-mahlzeit.at informiert über aktuelle Ernährungstrends aber auch Nachhaltigkeits-Initiativen bei SPAR, für die im Kapitel „Umwelt & Soziales“ ein eigener Bereich im Magazin reserviert ist. Das sechsmal jährlich erscheinende Magazin hat eine Auflage von ca. zwei Millionen pro Ausgabe.

Themen sind beispielsweise der Erhalt und die Förderung der Biodiversität und nachhaltiger Einkauf in Bezug auf Verpackungen und Lebensmittelverschwendung. Zusätzlich zum

Kundenmagazin widmet SPAR zweimal jährlich ein gesamtes Flugblatt „grünen“ Produkten. Das SPAR-Flugblatt geht per Post an rund zwei Millionen Haushalte in Österreich und bewirbt ausschließlich Produkte, die einen nachhaltigen Mehrwert haben, weil sie beispielsweise biologisch angebaut sind, aus verantwortungsvoller Fischerei stammen oder zum Klimaschutz beitragen. Unter www.spar.at/nachhaltigkeit finden Konsumentinnen und Konsumenten darüber hinaus zahlreiche Informationen und Tipps für eine nachhaltigere Lebensweise.

Unter dem Titel „Wie werde ich ein nachhaltiger Kunde?“ hat SPAR Ungarn gemeinsam mit Nestlé bereits 2020 einen Leitfaden für nachhaltigere Lebensweise herausgegeben. Zusätzlich zu den Grundregeln für die getrennte Abfallsammlung erhalten die Leser Tipps, wie sie ihren ökologischen Fußabdruck beim Einkaufen verringern und wie sie die Menge an Verpackungen und Lebensmittelabfällen in ihren Haushalten reduzieren können. 2021 wurde zusätzliche eine animierte Miniserie für Kindergarten- und Grundschulkindern herausgegeben. Themen wie richtige Mülltrennung und Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung werden leicht verständlich dargestellt. Informationen und Videos sind unter folgendem Link zu finden <https://www.sparafenn-tarthatojovert.hu/okokaland>. Außerdem informiert SPAR Ungarn laufend auf der eigenen Nachhaltigkeitsseite <https://www.sparafenn-tarthatojovert.hu/> zu den Bereichen Umwelt und Arbeitnehmer, einen gesünderen Lebensstil und Lebensmittelsicherheit. Die Website ist behindertenfreundlich und für Nutzer mit Seh-schwächen adaptiert.

SPAR Slowenien hat 2021 ein neues Kundenmagazin „PLUS“ herausgebracht, mit den drei Hauptthemen Kulinarik, gesunder Lebensstil und Nachhaltigkeit. Neben Rezepten für Kochbegeisterte widmeten die beiden Ausgaben viel Aufmerksamkeit der modernen Ernährungspraxis. Außerdem stellen Artikel die Bemühungen und Angebote von SPAR für Umweltschutz, nachhaltiges Einkaufen, die Förderung des Unternehmertums und zur Verringerung des Plastikverbrauchs vor.



Das Kundenmagazin „PLUS“ von SPAR Slowenien widmet sich Kulinarik, gesundem Lebensstil und Nachhaltigkeit

SPAR unterstützt das vierte Jahr in Folge das Projekt des Vereins Vesela kuhinja (Frohe Küche) - KUHNA PA TO (KÜCHE UND SO). Im Rahmen des Projekts finden Wettbewerbe für slowenische Grundschüler und Promotions der traditionellen slowenischen Ernährung statt.



Durch die Unterstützung des Projekts KUHNA PA TO (KÜCHE UND SO) bringt SPAR Slowenien Grundschülerinnen und -schülern traditionelle slowenische Ernährung näher.

DESPAR Italien setzt bei den Jüngsten an und vermittelt ihnen und indirekt auch deren Familien auf spielerische Weise die Vorteile qualitativ hochwertiger Lebensmittel. Das Programm „Le buone abitudini“ besteht einerseits aus einer für Kinder geeigneten Website mit Spielen, Rätseln und Lernunterlagen und andererseits aus einem Programm für Schulen, das fünf Kurse für verschiedene Altersgruppen beinhaltet. Dem Lehrpersonal wird Unterrichtsmaterial zur selbstständigen Durchführung der Kurse

mit den Schülerinnen und Schülern zur Verfügung gestellt. Im Schuljahr 2020/2021 nahmen über 50 Schulen am Programm teil und erhielten auch während Corona-bedingter Einschränkungen digitalen Support. Über diese Programme und andere Maßnahmen für einen bewussteren Lebensstil informiert DESPAR mit dem Programm Casa di

Vita und dem dazugehörigen vierteljährlich erscheinenden Magazin „Di Vita“. Mit Videoanleitungen für Fitnessprogramme, saisonalen Rezepten und Informationen aus der Region werden Kundinnen und Kunden zu nachhaltigerem Lebensstil bewegt.

8. Anhang

GRI 102-55

8.1. GRI-Inhaltsindex

Grundlagen		SASB	SDG
GRI 101: Grundlagen (2016)			
Allgemeine Angaben			
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	102-1: Name der Organisation	SPAR HOLDING AG, S. 6	
	102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Handel mit Lebensmitteln, Sport- und Modeartikeln sowie Errichtung, Betrieb und Management von Shopping-Centern , S. 6	
	102-3: Hauptsitz der Organisation	Salzburg , S. 6	
	102-4: Betriebsstätten	S. 6	FB-FR-000.A
	102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 6	
	102-6: Belieferte Märkte	S. 6	
	102-7: Größe der Organisation	S. 7, https://www.spar.at/de_AT/index/unternehmen/daten_fakten/finanzdaten.html	
	102-8: Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	S. 60ff	8.5, 10.3
	102-9: Lieferkette	S. 44	8.7
	102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 7	
	102-11: Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 44	
	102-12: Externe Initiativen	BSCI, GLOBAL G.A.P., IFS, BRC, ÖGNI, Fur Free Retailer, Verein Arche Noah, ARGE Nachhaltigkeitsagenda, ARGE Gentechnikfrei, Verband der Tafeln Österreichs	
	102-13: Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	Wirtschaftskammer, Handelsverband, EuroCommerce, SPAR International, respACT, ARGE Gentechnikfrei, ARGE Nachhaltigkeit, Council für nachhaltige Logistik, Verein Donau Soja	
	102-14: Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 4f	
	102-15: Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 8ff	
102-16: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 13		
102-18: Führungsstruktur	S. 6		
102-40: Liste der Stakeholder-Gruppen	S.14		
102-41: Tarifverträge	In Österreich gesetzlich geregelt, daher 100%, in Ungarn Lohnverhandlungen	FB-FR-310a.2	

mit der Gewerkschaft für Handelsange-
stellten KASZ, in übrigen Ländern keine
kollektivvertragliche Regelung

102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 14
102-43: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 14
102-44: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	S. 14
102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 14, Berichtsgrenzen stimmen mit dem Konzernabschluss nach IFRS überein.
102-46: Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	S. 14
102-47: Liste der wesentlichen Themen	S. 14ff, Kundengesundheit und -sicherheit GRI 416, Umweltbewertung von Lieferanten GRI 308, Soziale Bewertung von Lieferanten GRI 414, Sozioökonomische Compliance GRI 419, Umwelt-Compliance GRI 307, Korruptionsbekämpfung GRI 205, Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 206, Energie GRI 302, Emissionen GRI 305, Abfälle GRI 306, Aus- und Weiterbildung GRI 404, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz GRI 403, Beschäftigung GRI 401, Wirtschaftliche Leistung GRI 201, Produktverantwortung GRI G4-FP
102-48: Neudarstellung von Informationen	keine
102-49: Änderungen bei der Berichterstattung	Im Vergleich zur Berichterstattung 2020 wurden die Management-Ansätze in die Beschreibung der Maßnahmen integriert, anstatt diese in einem eigenen Kapitel darzustellen. Auch die Zuordnung der wesentlichen Themen zu Überkapiteln hat sich etwas verändert.
102-50: Berichtszeitraum	1.1.-31.12.2021
102-51: Datum des letzten Berichts	Juni 2021
102-52: Berichtszyklus	Jährlich
102-53: Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	Lukas Wiesmüller, Leiter Nachhaltigkeit, Lukas.wiesmueller@spar.at
102-54: Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 14
102-55: GRI Inhaltsindex	S. 111
102-56: Externe Prüfung	S. 14, 125, Zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit sowie Vergleichbarkeit wurde der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. einer Prüfung mit begrenzter Prüfsicherheit unterzogen.

Wesentliches Thema: Versorgungssicherheit mit Lebensmitteln und regionaler Einkauf

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 27
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 27

	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 28	
GRI 204: Beschaffungspraktiken (2016)	204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	S. 28ff, Entwicklung einer konkreten Kennzahl ist geplant, sobald gesetzliche Berichtspflichten (EU-Taxonomy, NFRD) konkretisiert werden. Eine Angabe der Ausgaben für Direktlieferanten ist nicht immer sinnvoll, da daraus keine Rückschlüsse auf die Herkunft von Lebensmittel-Rohstoffen gezogen werden können.	2.1, 2.2
Wesentliches Thema: Bewusste Ernährung			
GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 33	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 33	FB- FR- 260a.2
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 33f	
GRI G4 FP: Produktverantwortung (2014)	FP6: Anteil an Produkten, die reduziert an gesättigten Fettsäuren, Transfetten, Salz oder Zucker sind	S. 34ff; Ein genauer Anteil kann aufgrund fehlender Vergleichswerte nicht angegeben werden.	FB- 2.1 FR- 2.2 260a.1
Wesentliches Thema: Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette			
GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 44f	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 44ff	FB- FR- 430a.3
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 44f	
GRI 304: Biodiversität (2016)	304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	S. 51ff	14.7, 15.5
GRI G4 FP: Tierwohl (2014)	FP12: Strategie und Praxis zur Behandlung mit Antibiotika, Antiphlogistika, Hormonen und/oder wachstumsfördernden Mitteln.	S. 54, Thema ist nur in Österreich wesentlich. Hier bietet SPAR bei Schweinen, Rindern und Kälbern ausschließlich Frischfleisch mit AMA-Standard an, der Vorgaben zu Arzneimittelbehandlung über dem gesetzlichen Standard beinhaltet. Weitere Angaben sind in Österreich gesetzlich geregelt. Die Tierwohldiskussion geht in Österreich über Angaben zu Medikamentengaben weit hinaus. Relevant bei Tierwohl sind Haltungsform und Platzangebot, für die der GRI-Standards keine Vorgaben macht.	FB- FR- 430a.2
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten (2016)	308-1: Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	S.46ff, In Österreich wurden zuletzt 2020 100 Prozent der Lieferanten von Lebensmitteln einer Risikobewertung unterzogen und bei Lieferanten aus Risikoländern Nachweise für die Einhaltung von jeweils Umwelt- und Sozialstandards eingefordert.	14.7
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten (2016)	414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden		8.7, 8.8

Wesentliches Thema: Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 57	FB- FR- 230a.2
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 57	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 58f	
GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (2016)	416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 57f, 100 % – SPAR ist gesetzlich verpflichtet sicherzustellen, dass alle in Verkehr gebrachten Produkte gesundheitlich unbedenklich sind. Das SPAR-Qualitätsmanagement prüft laufend das gesamte Sortiment und führt zusätzlich anlassbezogen Schwerpunktkontrollen durch.	
	416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 58	FB- FR- 250a.1 FB- FR- 250a.2

Wesentliches Thema: Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 24	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 24f	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 24f	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung (2016)	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Im Anlassfall prüft die Konzernrevision mögliche Korruptionsfälle im Auftrag des Holding-Vorstandes. Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsvorfälle.	16.5
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten (2016)	206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.	16.5
GRI 307: Umwelt-Compliance (2016)	307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016)	419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.	

Wesentliches Thema: Wirtschaftlich nachhaltige Entwicklung

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 23	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 23	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 23f	

GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (2016)	201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Konzernabschluss der SPAR HOLDING AG unter https://www.spar.at/unternehmen/daten-fakten , S. 24
--	---	--

Wesentliches Thema: Qualifikation der Mitarbeitenden

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 70	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 70	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 70	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 73	
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 71	4.4 4.7
SPAR KPI: Ausbildung	Erfüllungsgrad der Soll-Ausbildung	S. 69	

Wesentliches Thema: Arbeitgeber-Attraktivität

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 60	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 60	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 60	
GRI 401: Beschäftigung (2016)	401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	S. 63	
SPAR KPI	Beteiligung an Mitarbeiterbefragung	S. 69	
GRI 405 Diversität und Chancengleichheit	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	S. 66	5.5, 8.5, 10.3
	405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	S. 68	5.5, 8.5, 10.3

Wesentliches Thema: Mitarbeiter-Sicherheit und Gesundheit

GRI 103: Management Ansatz (2018)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 74	
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 74	
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 74f	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (2018)	403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 74	
	403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 75	8.8

403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	S. 76		
403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 76		
403-5 Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 76		
403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	S. 76		
403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	S. 77		
403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	S. 76f		

Wesentliches Thema: Energieverbrauch und Klimaschutz

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 81		
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 81f		
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 81f		
GRI 302: Energie (2016)	302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 85	FB- FR- 110a.1	7.2 13.1
	302-3: Energieintensität	S. 85		FB- FR- 130a.1 13.1
GRI 305: Emissionen (2016)	305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 91	FB- FR- 110b.1	13.1
	305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 91		13.1
	305-4: Intensität der THG-Emissionen	S. 91		13.1

Wesentliches Thema: Kreislaufwirtschaft

GRI 306: Abfall (2020)	306-1: Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	S. 95		
	306-2: Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	S. 95		
	306-3: Angefallener Abfall	S. 99		FB- FR- 150a.1
	306-4: Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	S. 99		FB- FR- 430a.4 12.5
	306-5: Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	S. 99		

Wesentliches Thema: Bauweise von Gebäuden

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 80
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 80
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 80

Wesentliches Thema: Umgang mit Lebensmitteln

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 42, 103
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 42, 103
	103-3: Beurteilung des Managementansatzes	S. 42f, 103

SPAR KPI	Märkte mit Sozialkooperationen	S. 104	FB-	2.1,
			FR-	12.3
				150a.1

Fett gedruckte Indikatoren sind wesentlich.

8.2. Relevante SDGs und der Beitrag der SPAR HOLDING AG

SPAR-Beitrag	Relevante SDG-Subziele	Kennzahlen	Seite im Bericht
<p>SPAR stellt die Nahversorgung mit sicheren und geprüften Lebensmitteln in allen Regionen sicher, in denen die SPAR HOLDING AG tätig ist. Besonders für Menschen mit niedrigem Einkommen bietet SPAR Produkte der SPAR-Marken im Preis-Einstiegssegment und spendet unverkäufliche Lebensmittel zur Weitergabe an Bedürftige.</p> <p>SPAR arbeitet laufend an der Anpassung von Rezepturen, um Zucker, Salz sowie Palmöl aus den SPAR-Marken zu entnehmen.</p>	 <p>2.1 „Bis 2030 den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen ... ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben.“</p> <p>2.2 „Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden...“</p>	<p>SPAR KPI, GRI 204</p> <p>GRI-FP6</p>	<p>S. 102</p> <p>S. 33ff</p>
<p>SPAR bietet in allen Geschäftsfeldern ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm für Mitarbeitende, das fachliche und persönliche Weiterentwicklung ermöglicht bis hin zur Selbstständigkeit als SPAR-Einzelhändler.</p> <p>Mitarbeitende von SPAR erhalten unter anderem Weiterbildungen zu nachhaltiger Produktion von Lebensmitteln in Form von verpflichtenden Online-Schulungen, die ihnen notwendige Kenntnisse zur Kundenberatung befähigt.</p>	 <p>4.4 „Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen.“</p> <p>4.7 „Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben ...“</p>	<p>GRI-404</p> <p>GRI-404</p>	<p>S. 70ff</p> <p>S. 70ff</p>
<p>Rund drei Viertel der Mitarbeitenden bei SPAR sind Frauen, die auf allen Ebenen von den Märkten bis zur Geschäftsführung Führungsrollen einnehmen.</p>	 <p>5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen.</p>	<p>GRI-405</p>	<p>S. 67f</p>
<p>SPAR bezieht elektrische Energie in Österreich und Slowenien zur Gänze sowie in Italien zum Großteil, aus erneuerbaren Quellen, baut die Anzahl der Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Gebäuden laufend aus und trägt zur Erforschung neuer Antriebstechnologien für den Güterverkehr bei.</p>	 <p>7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen.</p>	<p>GRI-302</p>	<p>S. 81f, 87f</p>
<p>Zum Stichtag 31.12.2021 waren über 75.000 Menschen bei der SPAR HOLDING AG angestellt. Rund 5.000 mehr als im Vorjahr. Gehälter orientieren sich rein an der Qualifikation der Mitarbeitenden, nicht am Geschlecht oder etwaigen Diversitätsmerkmalen.</p> <p>Die SPAR HOLDING bezieht sich in den allgemeinen Geschäftsbedingungen beispielsweise auf die Einhaltung des amfori BSCI Code of Conduct, der auf den international anerkannten Arbeitsnormen der International Labor Organisation der UN basiert.</p>	 <p>8.5 Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen</p> <p>8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen</p>	<p>GRI 102, 405</p> <p>GRI 102, 414</p>	<p>S. 60ff, 67f</p> <p>S. 46f</p>

<p>SPAR verbessert Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden des Unternehmens laufend und trägt zur Einhaltung von Sozialstandards in der Lieferkette bei (z.B. durch Forderung der Einhaltung BSCI Code of Conduct, basierend auf international anerkannten Arbeitsnormen der UN).</p>		<p>8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern</p>	<p>GRI 414, 403</p>	<p>S.74ff</p>
<p>SPAR speichert keine Daten bezüglich Diversitätsmerkmale. Der berufliche Werdegang der Mitarbeitenden hängt rein von der jeweiligen Qualifikation und dem beruflichen Engagement ab.</p>		<p>10.3 Chancengleichheit gewährleisten und Ungleichheit der Ergebnisse reduzieren, namentlich durch die Abschaffung diskriminierender Gesetze, Politiken und Praktiken und die Förderung geeigneter gesetzgeberischer, politischer und sonstiger Maßnahmen in dieser Hinsicht</p>	<p>GRI 102, 405</p>	<p>S. 67f</p>
<p>Bereits seit vielen Jahren setzt SPAR unterschiedlichste Maßnahmen, um möglichst alle Lebensmittel dem Konsum zuzuführen und informiert Konsumenten über ihre Möglichkeiten zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.</p> <p>Bereits in der SPAR-Vertrauensdeklaration aus den 1970er-Jahren verpflichtet sich SPAR Abfälle, die an Haushalte gehen, möglichst gering zu halten und einer sinnvollen Wiederverwendung zuzuführen. Diese Strategie verfolgt SPAR bis dato mit einem ganzheitlichen Blick auf Produktsicherheit, -haltbarkeit und -verpackung.</p>		<p>12.3 Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren...</p> <p>12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern</p>	<p>SPAR KPI</p> <p>GRI-306</p>	<p>S. 42ff, 103f</p> <p>S. 95ff</p>
<p>SPAR trägt durch die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen entlang der gesamten Lieferkette zur Eindämmung von klimabedingten Gefahren bei.</p>		<p>13.1 Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken"</p>	<p>GRI-302, 305</p>	<p>S. 88ff</p>
<p>SPAR Österreich verzichtet auf den Verkauf bedrohter Fischarten und von Fischen unbekannter Herkunft. Das gesamte Fischsortiment wurde auf verantwortungsvollere Quellen umgestellt und wird jährlich vom WWF Österreich beurteilt.</p>		<p>14.7 „Bis 2030 die sich aus der nachhaltigen Nutzung der Meeresressourcen ergebenden wirtschaftlichen Vorteile für die kleinen Inselentwicklungsländer und die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus.</p>	<p>GRI-304, 308</p>	<p>S. 53</p>
<p>Durch diverse Einkaufsstandards wie die weitgehende Vermeidung von Palmöl in SPAR-Markenprodukten, die Bevorzugung von regionalen Lebensmitteln und die Vermeidung von Pestiziden wie Glyphosat trägt SPAR dazu bei, die Biodiversität zu erhalten.</p>		<p>15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern.</p>	<p>GRI 304</p>	<p>S. 50ff</p>
<p>Durch umfassende Vorkehrungen in allen relevanten Bereichen des Unternehmens stellt SPAR sicher, dass Korruption unterbunden wird oder versuchte Bestechungsversuche von Externen bekannt und verhindert werden.</p>		<p>16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren.</p>	<p>GRI-205, 206</p>	<p>S. 24f</p>

Erklärung aller gesetzlichen Vertreter

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht erfasst die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten der SPAR HOLDING AG für das Geschäftsjahr 2021.

Salzburg, am 30. Mai 2022

Der Vorstand der SPAR HOLDING AG



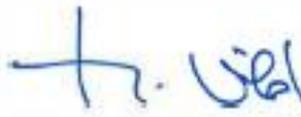
Mag. Friedrich Poppmeier
Vorstandsvorsitzender



KR Hans K. Reisch
Stv.-Vorstandsvorsitzender



Mag. Paul Klotz
Vorstand



Mag. Marcus Wild
Vorstand



Mag. Markus Kaser
Vorstand

Impressum

Herausgeber:

SPAR Österreich-Gruppe
Europastraße 3
5015 Salzburg

Für den Inhalt verantwortlich

Mag. Nicole Berkmann

Redaktion

Mag. Lukas Wiesmüller
DI Sophia Wallner

Kontakt

Mag. Nicole Berkmann, Leiterin konzernale PR und Information, nicole.berkmann@spar.at
Mag. Lukas Wiesmüller, Leiter Nachhaltigkeit, lukas.wiesmueller@spar.at
Mag. Carmen Wieser, Head of CSR, carmen.wieser@spar.at

Weitere Informationen

SPAR Österreich-Gruppe
Konzernale PR und Information
Europastraße 3
5015 Salzburg
Tel.: +43/662/4470-0
E-Mail: office@spar.at
www.spar.at
www.spar.at/unternehmen