











INHALT

	Vorwort des Vorstandes	3
	NACHHALTIGKEIT BEI SPAR	4
	Wesentliche Maßnahmen	6
	Unsere Ziele: SPAR als Benchmark	8
	chesto ziolo. Gi 7 il i die zonorimani	O .
	VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE	9
	Naheliegendes bei SPAR	10
	Regionalität und Herkunftskennzeichnung	12
	Säulen der Regionalität	13
	Produkte mit "Reisepass"	16
	Humusanbau spart CO ₂ ein	17
	Größtes verantwortungsvolles Fischsortiment	18
	Höchste Standards bei Eiern	20
	Lebensmittel sind kostbar	22
	Palmöl, hormonfreie Kosmetik und wiederverwendbare Taschen	24
	MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER	25
	Größter privater österreichischer Arbeitgeber	26
	Gesund bei SPAR	28
	Aus- und Weiterbildung	29
	Lehrlingsausbildung	30
	Diversität	31
	Vorteile für Mitarbeiter	32
	KLIMA UND UMWELT	33
	Energieeffizienz in der Praxis	34
	Energiekennzahlen	36
	Vom Feld bis auf den Tisch	38
	Klimaschutz serienmäßig	40
	GESELLSCHAFT	41
	Kundenerwartungen übertreffen	42
	Nachhaltigkeit näherbringen	43
465	Gemeinsam Gutes tun	44
	DAS UNTERNEHMEN SPAR	ΛE
		45
	Berichtsgegenstand	46
	ANHANG	
	A Unabhängiger Bestätigungsbericht	47
	B GRI-Index	48
	Impressum	52



SPAR-Vorstand (v. l.): Hans K. Reisch, Dr. Gerhard Drexel, Mag. Fritz Poppmeier und Mag. Rudolf Staudinger

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

"Woher kommen wir? Wohin gehen wir?" Diese Fragen beschäftigen jeden Menschen persönlich - und sie beschäftigen uns als Händler bei jedem unserer Produkte. Lieferketten und Lebenszyklen sind zentrale Themen, die Sie in diesem zweiten Nachhaltigkeitsbericht von SPAR Österreich immer wieder finden werden. Unter ihnen lassen sich regionale Herkunft, kurze Transportwege, klimaeffiziente Lagerung, kompetente Beratung durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die sinnvolle Verwendung nicht verkaufter Produkte subsumieren. Diese Themen sowie zunehmende Ressourcenknappheit durch Überbeanspruchung oder Ernteausfälle durch den Klimawandel, geburtenschwache Jahrgänge und die zukünftige Schwierigkeit, qualifizierte Mitarbeiter zu finden, aber auch das verstärkte Konsumentenbewusstsein für eine umweltschonende Herstellung und gesunde Inhaltsstoffe von Lebensmitteln sind Herausforderungen für die nächsten Jahre. Diese ganzheitliche Betrachtung von Produkten, Standorten und Menschen über verschiedene Entwicklungsstufen hinweg macht Nachhaltigkeit bei SPAR maßgeblich aus.

Nachhaltigkeit ist in der Kultur von SPAR seit Gründung des Unternehmens fest verankert. Bereits in der 1971 veröffentlichten SPAR-Verbraucherdeklaration ist festgehalten, dass wir uns für Umweltschutz, regionalen Einkauf und gesunde Ernährung einsetzen – aus heutiger Sicht das erste öffentliche Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Diese Themenbereiche hat SPAR seither laufend erweitert und setzt aktuell Maßnahmen für ein verantwortungsvolles Sortiment, energieeffiziente

Märkte und Logistik, bestens geschulte und zufriedene Mitarbeiter sowie für eine gesunde Gesellschaft. In diese Kapitel gliedert sich auch der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht.

Wichtig für uns ist in allen Bereichen die ganzheitliche Betrachtung – eben der Lebenszyklus –, um nicht in rein öffentlichkeitswirksamen Aktionismus zu verfallen. Wir analysieren daher Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Gesellschaft und setzen dort an, wo Maßnahmen nötig sind und den größten Mehrwert erreichen. Die Umstellung auf Sojafutter aus der Donauregion für Legehennen, die Einführung von LED-Beleuchtung in SPAR-Supermärkten und die wohlüberlegte Verpackung schnell verderblicher Lebensmittel im Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung sind nur drei Beispiele für wenig bekannte Maßnahmen, die jedoch zehntausende Tonnen CO, im vergangenen Jahr eingespart haben. Zudem engagierte sich SPAR vergangenes Jahr - zum Schutz der österreichischen Landwirtschaft und Gentechnikfreiheit - massiv gegen das Freihandelsabkommen TTIP und für klimaschonende landwirtschaftliche Methoden. All diese getroffenen Maßnahmen sind Teil des Kerngeschäfts von SPAR und tragen dazu bei, langfristig ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Ziele gleichermaßen zu erreichen.

Der nachfolgende Bericht gibt Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Aktivitäten von SPAR in den vergangenen beiden Jahren für ein lebenswertes Österreich. Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen.

Dr. Gerhard Drexel. Vorstandsvorsitzender

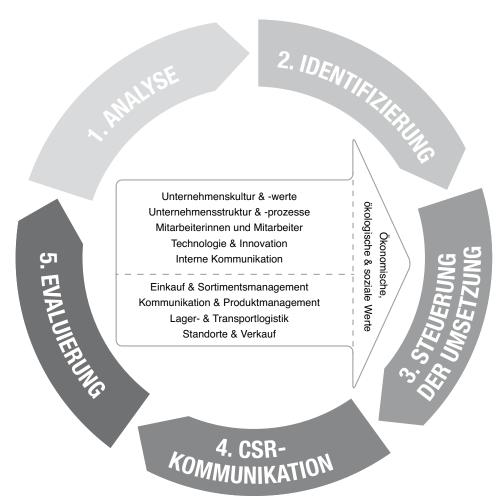
Mag. Fritz Poppmeier, Vorstandsdirektor Expansion und Vertrieb Einzelhandel Hans K. Reisch. Vorstandsdirektor Finanzen und Filialen Mag. Rudolf Staudinger, Vorstandsdirektor Betriebe International



Was ist Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit bedeutet für SPAR, auf allen Ebenen unternehmerischen Handelns ökonomische, soziale und ökologische Faktoren gleichermaßen zu berücksichtigen und so langfristige Werte für Unternehmen, Umwelt und Gesellschaft zu schaffen ("Triple-Bottom-Line"-Ansatz). Nachhaltigkeit und Regionalität spielen ineinander und sind wichtige Differenzierungsfaktoren speziell im Sortiment geworden, das in den letzten Jahrzehnten international immer mehr austauschbar wurde. Gelebte Nachhaltigkeit ist auch für Mitarbeiter wichtig – einerseits zur Identifikation mit dem Unternehmen, anderer-

seits hinsichtlich der Arbeitsplatzsicherheit, denn nachhaltige Personalpolitik ist auf langfristige Zufriedenheit ausgerichtet. Und schließlich ist Nachhaltigkeit beim Bau und Betrieb von Märkten wirtschaftlich und ökologisch nicht mehr wegzudenken, längst machen sich Investitionen in klimafreundliche Gebäudetechnik aufgrund steigender Energiepreise binnen kurzer Zeit bezahlt. Nachhaltigkeit geht bei SPAR also alle Bereiche an, von Einkauf und Sortimentsmanagement über Aus- und Weiterbildung, Personalpolitik und Mitarbeiterführung bis zu Logistik sowie Bauen und Gebäudemanagement.



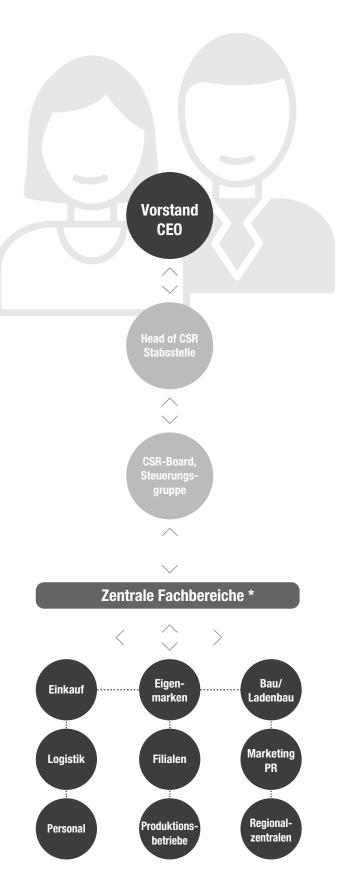
Nachhaltige Aktivitäten sind bei SPAR Teil der Wertschöpfungskette und können in den Bereichen Einkauf, Produktmanagement, Logistik, Verkauf oder unterstützend über Bereichsgrenzen hinweg umgesetzt werden. Maßnahmen werden laufend analysiert und weiterentwickelt, um ökonomische, ökologische und soziale Ziele zu erreichen.

Nachhaltigkeit in Philosophie und Struktur

Regionaler Einkauf von nachhaltig produzierten Lebensmitteln, Ausbildung von Fachkräften und Nahversorgung sind seit der Gründung von SPAR in Österreich vor über 60 Jahren fixer Bestandteil der Unternehmensphilosophie. 1971 wurden diese Werte auch in der ersten "SPAR-Verbraucherdeklaration" festgehalten und 1990 in die Unternehmensgrundsätze aufgenommen:

"Wir wollen Impulse setzen und Beiträge leisten: auf den Gebieten des Umweltschutzes, der Lebensqualität, der gesunden Ernährung und Produktsicherheit, der Nahversorgung, der Arbeitsqualität und Arbeitszufriedenheit. Wir sind uns unserer Rolle für die Umwelt bewusst. Wir wollen aktiv gestaltend unsere Umwelt beeinflussen und mitprägen. Durch Ideenreichtum und Initiative wollen wir Entwicklungen auf dem Gebiet des Umweltschutzes vorwegnehmen und uns dadurch profilieren."

Nach diesem Vorsatz lebt und arbeitet SPAR bis heute und integriert Corporate Social Responsibility (CSR) in alle Geschäftsbereiche. Organisatorisch sind die verschiedenen Aspekte von CSR bei den thematisch zuständigen Vorständen für Sortiment und Marketing, Energie und Technik sowie Personal angesiedelt. Das CSR-Board koordinert nachhaltige Maßnahmen, die zentrale Fachbereiche wie Einkauf, Sortimentsmanagement, Logistik, Bau, Personalentwicklung oder Produktionsbetriebe eigenständig setzen und besteht aus "Head of CSR" (Produkt- und Marketing-Themen), dem Leiter Nachhaltigkeit (technische Themen), dem Leiter der Personalentwicklung und der Konzern-Kommunikation.



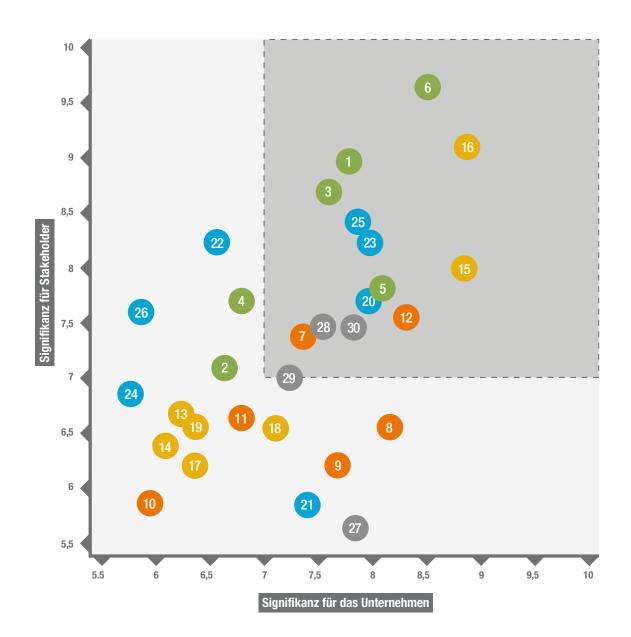
^{*} keine vollständige Darstellung



Wesentliche Maßnahmen

SPAR verfolgt parallel ökonomische, ökologische und soziale Ziele. Daher sind auch nachhaltige Aktivitäten wirtschaftlichen Parametern unterworfen. SPAR analysiert regelmäßig, in welchen Bereichen Maßnahmen nötig sind oder in welche Aktivitäten Ressourcen investiert werden, um den höchsten Umwelt- oder Sozialnutzen zu erzielen. Die Auswahl sinnvoller Maßnahmen ist daher an Fakten wie CO₂-Einsparung oder Steigerung des Ausbildungsstands bei Mitarbeitern ausgerichtet und nicht an der Werbewirksamkeit. Für die Analyse und Bewertung von relevanten Themen ist SPAR laufend in intensivem Austausch mit den wichtigsten Stakeholdern wie Mitarbeitern, Politik, diversen NGOs und Verbänden. Ein systematischer Rahmen ist für diesen anlassbezogenen Austausch nicht nötig.

Für diesen Bericht, der die Betrachtung von ökologisch, ökonomisch und sozial sinnvollen Maßnahmen von SPAR zum Gegenstand hat, wurden zusätzlich wesentliche Aspekte für Stakeholder und Unternehmen erfasst und nach Relevanz gereiht. Eine Wesentlichkeitsanalyse, orientiert an den GRI- und SASB-Aspekten, fand am 2. Februar 2016 in Salzburg unter Teilnahme folgender Stakeholder statt: WWF Österreich, SPAR Konzernrecht, Head of CSR, Prozessmanager für Obst & Gemüse, Leiter Nachhaltigkeit und SPAR-Konzernbilanzierung. Die Moderation übernahm Ernst & Young. Kundeninteressen wurden anhand der laufenden Kundenzufriedenheitsanalysen und der Auswertung der Kundenbeschwerden durch das SPAR Service Team eingebracht. Die Interessen von Politik und Lieferanten ließ SPAR anhand von Vorgesprächen während des gesamten Jahres einfließen. Als wesentlich eingestuft wurden jene Aspekte, die von Unternehmen und Stakeholdern jeweils als überdurchschnittlich wichtig bewertet wurden. Sie werden in diesem Bericht und im angefügten GRI-Index betrachtet. Mit Ausnahme der Mitarbeiter-Kennzahlen betreffen alle Aspekte den gesamten Produktlebenszyklus. Die wesentlichen Aspekte sind in der folgenden Tabelle fett markiert und im GRI-Index unter G4-19 aufgeführt.





SORTIMENT

- Offenlegung und Kennzeichnung
- Sozialprojekte
- Produktauswirkungen über den Lebenszyklus
- Verpackung
- Produktpreisgestaltung
- Produktqualität und -sicherheit

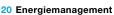
MITARBEITER

- Vielfalt und Gleichberechtigung
- Schulung und Entwicklung
- Personalbeschaffung und Fluktuation
- 10 Vergütungsschema
- Mitarbeitergesundheit und -sicherheit
- 12 Mitarbeiterzufriedenheit

KUNDEN/SOZIALES

- 13 Lokale Entwicklung von Gemeinden
- 14 Auswirkungen von Standorten
- 15 Konsumentenzufriedenheit
- 16 Konsumentengesundheit und -sicherheit
- Marketing und Ethik in der Werbung
- 18 Zugang zu Märkten
- 19 Datenschutz





- 21 Treibstoffmanagement und Logistik
- Treibhausgasemissionen
- 23 Abfallmanagement
- 24 Biodiversität
- 25 Zulieferkette und Lieferantenauswahl
- 26 Transparenz in der Lieferkette



- 27 Langfristiger Bestand des Geschäftsmodells
- 28 Rechtliche Rahmenbedingungen
- 29 Code of Conduct und Standards
- 30 Geschäftsethik und Wettbewerbsverhalten





Unsere Ziele: SPAR als Benchmark

Die Ziele, die SPAR sich gesetzt hat, sind ehrgeizig. SPAR will Österreichs attraktivster Arbeitgeber sein und weiter wachsen. SPAR strebt Innovations- und Themenführerschaft in allen wichtigen Bereichen an: Bei Bau und Betrieb von Standorten, in der Sortimentsgestaltung und bei gesunder Ernährung. Die SPAR-Umweltziele haben die UN-Klimaschutzziele für 2050 als Basis und möchten diese übertreffen. Zu diesen Zielen hat sich SPAR intern und teilweise in öffentlichen Bekenntnissen freiwillig verpflichtet:



SORTIMENT

- Durch den Anbau von Gemüse auf Humusboden können pro Hektar bis zu 50 Tonnen CO₂ gebunden werden. Bis 2017 steigert SPAR die Humusanbaufläche von Vertragsbauern von 17 (2010) auf 1.200 Hektar. Damit entsteht ein CO₂-Entlastungspotenzial von 60.000 Tonnen.
- SPAR ersetzt bis Ende 2016 Palmöl in SPAR-Eigenmarkenartikel durch andere Öle und Fette. Ist dies nicht möglich, kommt nur RSPO-zertifiziertes oder höherwertig zertifiziertes Palmöl zum Einsatz.
- SPAR steigerte die Anzahl von verantwortungsvollen Fisch- und Meeresfrüchteprodukten nach WWF-Definition (gelb und grün) auf 100 Prozent bei Eigenund Industriemarken bis 2015.
- Nach INTERSPAR- und SPAR-Gourmet-Fischtheken werden bis 2016 auch alle INTERSPAR-Restaurants MSC-zertifiziert.
- Nicht verkauftes Brot und Gebäck wird spätestens Ende 2016 in allen SPAR-Filialen gesammelt und über die Zentrale zur Futtermittel-Verarbeitung weitergeleitet.
- SPAR verbannt bis 2016 alle hormonell wirksamen Chemikalien It. Definition GLOBAL 2000 aus allen Eigenmarken-Kosmetikprodukten.
- SPAR reduziert die Anzahl an verkauften Plastiktragetaschen laufend durch das Angebot von wiederverwendbaren Alternativen.
- SPAR hält den Anteil an Mehrweg-Gebinden bei Getränken über der sozialpartnerschaftlich vereinbarten Quote von 22,1 Prozent.



MITARBEITER

- SPAR steigert den Ausbildungsstand der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bis Ende 2016 sollen 80 Prozent der Mitarbeiter ihre Soll-Ausbildung laut ihrer Stellenbeschreibung absolviert haben.
- SPAR hält die Mitarbeiterzufriedenheit auf hohem Niveau.
 Im Durchschnitt sollen über 80 Prozent der Mitarbeiter
 SPAR als Arbeitgeber weiterempfehlen.
- SPAR weitet bis Ende 2016 das aktive Karenzmanagement auf ganz Österreich aus und bietet Führungskräften und Mitarbeitern in Karenz Leitfäden, Infomaterial und Termine für Gespräche.
- SPAR implementiert bis Ende 2016 ein konzernweites Compliance-Managementsystem, das auch den Datenschutzbereich umfasst.



ENERGIE

- Bis 2050 senkt SPAR den Energieverbrauch pro m² Verkaufsfläche um 50 Prozent im Vergleich zu 2009 (Ausgangswert 607 kWh/m²).
- Bis 2050 senkt SPAR den Ausstoß von Treibhausgasen pro m² Verkaufsfläche um 90 Prozent im Vergleich zu 2009 (Ausgangswert 130 kg CO₂/m²).
- Bis 2050 stammt die Energie annähernd zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen.



KUNDEN UND SOZIALES

- Die Kundenzufriedenheit ist stark abhängig von Qualität und Sortiment. Daher hält SPAR das Image in diesen Bereichen It. GfK-Imagestudie laufend über dem Branchendurchschnitt.
- SPAR gibt an jedem Standort, in dessen Umgebung es eine Sozialeinrichtung gibt, nicht mehr verkäufliche Lebensmittel an Sozialeinrichtungen weiter. Der Anteil der weitergegebenen Lebensmittel nach Umsatz soll laufend steigen.
- Die Konsumentenwahrnehmung von SPAR als ein ökologisch nachhaltig und sozial verantwortungsvoll agierendes Unternehmen soll gefördert werden.





VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE

SPAR führt das abwechslungsreichste Sortiment im österreichischen Einzelhandel entsprechend vielfältig sind die Projekte, um das SPAR-Sortiment möglichst nachhaltig zu gestalten.



Naheliegendes bei SPAR

Die Milch von der nächstgelegenen Molkerei, Brot vom Bäcker ums Eck und Gemüse vom Feld nebenan – Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich achten darauf, woher ihre Lebensmittel kommen. Das Vertrauen in die Qualität, die Umweltfreundlichkeit und Frische von Produkten aus der Umgebung ist ungebrochen und für viele SPAR-Kunden sogar wichtiger als kontrolliert biologische Produktion. Bei Konsumenten besonders geschätzt und nachgefragt sind Produkte, die im Umkreis von 100 Kilometern erzeugt wurden. Und auch bei Lebensmitteln, deren Hersteller Kunden nicht persönlich kennen – oder zumindest in ihrer Umgebung treffen könnten –, wird die Herkunft immer wichtiger. Rückverfolgbarkeit bis zum Ursprung durch die Angabe von Produzenten auf der Verpackung oder durch Tracking-Systeme werden immer öfter nachgefragt.

Trend oder Einstellung?

"Regionalität" ist derzeit besonders im Lebensmittelhandel in aller Munde. Im deutschsprachigen Raum sind alle relevanten Händler auf den "Regionalitäts-Zug" aufgesprungen, an dessen Spitze seit über sechs Jahrzehnten SPAR steht. Regionalität nur als vorübergehenden Trend zu sehen, wäre jedoch zu kurz gegriffen. Denn echte Regionalität ist in der Struktur, in der Philosophie und im Denken jedes Mitarbeiters verankert und kann nicht einfach verordnet werden. SPAR ist mit sechs regionalen Zentralen, rund 39.000 Spezialitäten von 2.500 regionalen Produzenten und über 1.600 Nahversorgern Teil

der regionalen Wirtschaft in ganz Österreich und lebt damit jeden Tag echte Verbundenheit mit den österreichischen Regionen.

Facetten von Regionalität

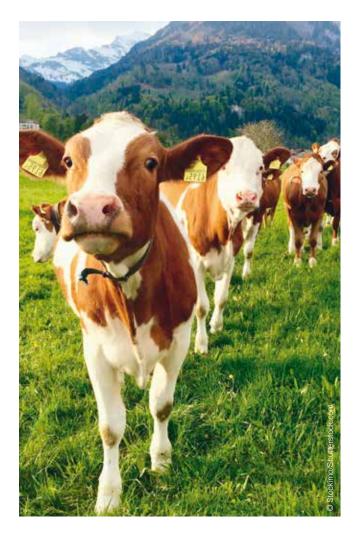
Regionalität bedeutet mehr, als Produkte in Österreich einzukaufen. Für SPAR umfasst sie die Zusammenarbeit mit Klein(st)lieferanten, die Rückführung verlorengegangener Produktion nach Österreich, die Nahversorgung mit über 1.600 Märkten, die Errichtung von regional adaptierten Märkten, die Zusammenarbeit mit regionalen Sozialorganisationen und die Aus- und Weiterbildung von rund 40.000 Mitarbeitern in ganz Österreich. All diese Themen haben regionale Bedeutung, die in den folgenden Kapiteln dieses Nachhaltigkeitsberichts auch aufgezeigt wird. Als 100-prozentig österreichisches Unternehmen fühlt sich SPAR verpflichtet, diese regionale Verankerung auch in Zukunft zu leben und zu stärken.

Gefahren für gelebte Regionalität

Regionalität ist nur dort möglich, wo es qualitativ hochwertige Spezialitäten gibt, die sich von anonymen Massenprodukten unterscheiden. Österreich ist durch die kleinbäuerliche Struktur prädestiniert für Produktspezialitäten, die von kleinen Betrieben in kleinen Mengen hergestellt werden. Im deutlichen Gegensatz dazu stehen die Großproduktionen in den USA, aber auch in Deutschland oder Polen. Mengen-

vorteile durch industrielle Produktionsmethoden, durch riesige Anbauflächen und eine x-fache Anzahl an Tieren in den Ställen lassen die Preise für Lebensmittel in den Keller fallen. Damit besteht auch bei Qualitätsprodukten österreichischer Landwirte die Gefahr eines Abwärts-Wettlaufs bei Preis und Qualität und ein Verfall von mühsam erreichten Standards für Tierschutz, Lebensmittelsicherheit und Gentechnik-Freiheit. Hinzu kommen höhere Lohnneben- und Infrastrukturkosten in Österreich, die Preisunterschiede zu anderen Nachbarländern verursachen.

Besonders hinsichtlich der Preise, aber auch in Bezug auf den Abbau von mühsam errungenen Qualitätsstandards stellt das Transatlantische Handelsabkommen TTIP eine große Gefahr dar. Während in österreichischen Ställen durchschnittlich 17 Kühe kostbare Milch geben, stehen in amerikanischen Ställen mehrere Tausend Tiere bei einem Milcherzeuger - mit allen dramatischen Auswirkungen für Tiergesundheit, Qualität und Preis. Mit TTIP könnte diese Milch ebenso wie Hormonfleisch und gentechnisch-veränderte Produkte auch in der EU verkauft werden. Zudem fällt mit dem Handelsabkommen der Großteil der geschützten Herkunftsbezeichnungen, die besondere regionale Spezialitäten beschützt und bewahrt haben. TTIP ist also eine direkte Bedrohung für die Regionalität, speziell im Lebensmittelhandel. SPAR kämpft als Teil der österreichischen Gesellschaft gegen diese Gefahr mit dem Ziel, Lieferketten möglichst regional und sicher zu halten.



CHERRYTOMATEN & BIO-GARNELEN

Die Themen Regionalität und Lieferketten ziehen sich durch den ganzen vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht. Anhand von zwei beispielhaften Produkten sollen Aspekte von Nachhaltigkeit entlang des Weges aufgezeigt werden, den diese Produkte bis in die österreichischen Haushalte nehmen:



39.000 Produkte bei SPAR stammen aus von heimischen Betrieben, wie beispielsweise die SPAR **Cherrytomaten** aus Humusanbau, die für SPAR in der Steiermark angebaut werden.

SPAR ist Österreichs größter verantwortungsvoller Fischhändler im Lebensmittel-Einzelhandel. Als neues Leuchtturm-Projekt wurden 2015

SPAR Natur*pur **Bio-Garnelen** ins Sortiment genommen, die dem schlechten Ruf von Zuchtgarnelen deutlich Paroli bieten.

Regionalität und Herkunftskennzeichnung

Bis zu 50.000 verschiedene Produkte führt SPAR in einem Supermarkt. Der Großteil davon sind Lebensmittel, insgesamt 39.000 Lebensmittel bezieht SPAR von österreichischen Produzenten. Der Handel mit Lebensmitteln ist daher das Kerngeschäft von SPAR Österreich, und die verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung ist einer der größten Hebel für nachhaltiges Wirtschaften. Dabei bedient sich SPAR zweier Grund-

sätze: Erstens werden Lebensmittel bei gleicher Qualität möglichst regional eingekauft (Regionalität). Und zweitens sollen Produkte bei ihrer Produktion inkl. Vorprodukten einen möglichst geringen CO₂-Fußabdruck hinterlassen und eine möglichst positive soziale Auswirkung haben (Lieferketten).





Säulen der Regionalität

Die Herkunft von Lebensmitteln aus direkter Umgebung ist für viele Konsumenten wichtiger als Bio-Produktion. Einerseits treffen regionale Spezialitäten den seit Jahrhunderten bekannten und gelernten Geschmack der Menschen, andererseits gibt die Nähe zum Hersteller Sicherheit, da die Produzenten vielfach bekannt sind. Daher gibt SPAR österreichischen Produkten bei gleicher Qualität den Vorrang.

Säule 1: So viel wie möglich aus Österreich

Wo immer es möglich ist, zieht SPAR österreichische Qualität bei Lebensmitteln vor. Bei vielen Eigenmarken und Produkten aus SPAR-Produktionsbetrieben stammen die Rohstoffe aus dem jeweiligen Bundesland – wie bei Frischmilch, Frischfleisch und Brot. Zudem erlaubt es der dezentrale Einkauf in den sechs SPAR-Zweigniederlassungen, regionale Produkte speziell bei Fleischwaren, Milchprodukten und Gemüse ein-

zukaufen. Auch die Produktionsbetriebe von SPAR beziehen Rohstoffe vorrangig aus Österreich: Das gesamte verarbeitete Rind- und Schweinefleisch bei TANN, das gesamte verarbeitete Getreide der INTERSPAR-Frischebäcker und immer mehr Bio-Kräuter für REGIO-Teesorten stammen aus Österreich.

3.700 Produkte aus Tirol für Tirol

2.100 Produkte aus Kärnten für Kärnten

3.000 Produkte aus Vorarlberg für Vorarlberg

2.700 Produkte aus Salzburg für Salzburg

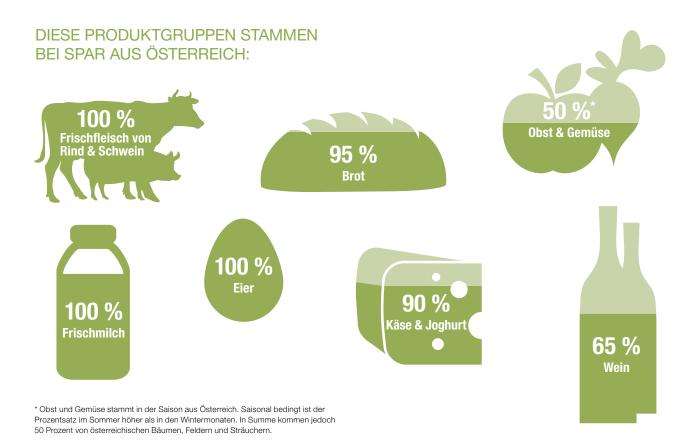
5.200 Produkte aus der Steiermark für die Steiermark

5.730 Produkte aus Niederösterreich für Niederösterreich

1.880 Produkte aus Wien für Wien

1.650 Produkte aus dem Burgenland für das Burgenland

6.650 Produkte aus Oberösterreich für Oberösterreich



VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE





Säule 2: Rund um den Kirchturm lokale Klein-Lieferanten fördern

Bei INTERSPAR wird Regionalität in allen 63 Hypermärkten auf noch kleinere Einheiten heruntergebrochen. INTERSPAR arbeitet unter der Lokalitätsinitiative "Von dahoam das Beste!" mit 620 lokalen Produzenten zusammen. 6.500 Spezialitäten aus der direkten Umgebung der jeweiligen Hypermärkte werden in Lokalitätsregalen und eigenen Hofläden bei INTERSPAR angeboten - von frischem Brot der nächstgelegenen Bäcker über Fische aus den nahegelegenen Seen bis zu Honig, Nudeln, Säften und einzelnen Eiern direkt vom Bauern. So sichert INTERSPAR Arbeitsplätze und Einkommen in diesen Regionen und stärkt die urösterreichische Tradition kleiner Spezialitätenmanufakturen, damit sie Teil unserer Kultur bleibt.

Definitionen für lokal und regional

- Lokal: Herkunft bis max. 39 km im Umkreis
- Regional: Herkunft zwischen 40 und 100 km im Umkreis
- Aus dem Bundesland: Herkunft der Lebensmittel über 100 km im Bundesland
- Produkte aus Österreich: Herkunft der Lebensmittel über 100 km bundesländerübergreifend

Säule 3: Regionale Erzeuger fördern

Die österreichische Lebensmittelbranche ist geprägt von kleinen Spezialitätenmanufakturen. Viele Bäcker, Schnapsbrenner, Mühlenbetriebe oder Bauern produzieren nur kleine Mengen, daher bleibt ihren Produkten der Weg in die Supermarktregale vielfach verwehrt. Für sie bietet SPAR mehrere Möglichkeiten, dennoch im Lebensmittelhandel gelistet zu werden: Sie können ihre Produkte für nur ein Bundesland, in nur einen oder wenige SPAR-Märkte oder auch nur an bestimmten Wochentagen liefern. Viele Lieferanten fangen so in kleinem Stil bei SPAR an. Dadurch entstehen für die Produzenten Wachstumsperspektiven sowie der Anreiz, das Liefergebiet zu einem späteren Zeitpunkt auszuweiten, sofern sie es möchten und es die Kapazitäten und das Produktionsvolumen zulassen. Zudem bietet SPAR ausgewählten Erzeugern die Möglichkeit, besonders hervorragende Produkte für SPAR-Eigenmarken herzustellen. Beispiele dafür sind SPAR PREMIUM-Eier vom "Wanderhuhn" aus Moosdorf, die Edelbrände von Hans Reisetbauer und Alois Gölles ebenfalls unter SPAR PREMIUM oder die Aufstriche und Spezialitäten von Haya Molcho unter der Marke SPAR enjoy by NENI und SPAR Veggie by NENI.

Säule 4: Alte Sorten wiederbeleben

Unter der Eigenmarke SPAR wie früher führt SPAR unter anderem alte Obst- und Gemüsesorten wieder ein und holt





damit den ursprünglichen Geschmack und die natürliche Vielfalt ausgewählter heimischer Lebensmittel zurück in die Regale. Darunter sind Tomaten- und Chili-Pflanzen vom "Paradeiserkaiser" Erich Stekovics, rund 40 Saaten alter Gemüsesorten in Kooperation mit dem Verein "Arche Noah" sowie Herbstgemüse- und Apfelsorten wie Kronprinz Rudolf.

Säule 5: Produktionen – Anbau zurück nach Österreich holen

Wo es keine Produktion in Österreich gibt oder die Herstellung aus den verschiedensten Gründen ins Ausland abgewandert ist, setzt SPAR alles daran, österreichische Produktionen und Spezialitäten wiederzubeleben und zu fördern. Ein Beispiel dafür ist das Steinobst-Projekt, bei dem Fairfruit exklusiv für SPAR im Burgenland auf 40 Hektar Marillen, Nektarinen und Pfirsiche anpflanzt. 2015 wurden die ersten der 6.200 Bäume gesetzt, die 2018 das erste Obst liefern sollen. 800 Tonnen Steinobst werden dann aus Österreich statt aus Spanien oder Italien kommen; durch die kürzeren Transportwege werden jährlich 47 Tonnen CO, eingespart. Eine ähnliche Entwicklung gab es auch bei Linsen und Speiseeis, die jeweils nicht mehr in Österreich hergestellt wurden und nun für SPAR-Eigenmarken wieder von heimischen Landwirten und Spezialitäten-Produzenten stammen.

Säule 6: Zukunftsweisende landwirtschaftliche Projekte fördern

SPAR kauft nicht nur bei österreichischen Bauern ein, sondern fordert und fördert auch zukunftsweisende Projekte von Landwirten. In Blumau errichtet der SPAR-Lieferant frutura derzeit Österreichs ökologischstes Glashaus, das ausschließlich mit Geothermie betrieben wird. Ab 2016 werden Tomaten, Paprika und Gurken, die bisher außerhalb der Anbausaison importiert werden mussten, in den steirischen Glashäusern wachsen. Die Glashäuser werden mit Erdwärme beheizt, nicht mit Gas, wie das bei konventionellen Glashäusern der Fall ist. Somit setzen sie kein zusätzliches CO₂ frei. Zudem werden durch kürzere Transportwege Treibhausgase eingespart.

Säule 7: Mit den bekanntesten heimischen Spezialisten zusammenarbeiten

Viele Produkte bei SPAR stammen nicht nur aus österreichischer Produktion, sondern sie entstehen in vielen Fällen in enger Zusammenarbeit mit österreichischen Spezialisten. Für die Eigenmarke SPAR PREMIUM konnte SPAR neben Johanna Maier auch Erich Stekovics, Hans Reisetbauer, Alois Gölles, Josef Zotter und Hans Staud als Experten gewinnen, die ihre hochwertigen Produkte oder Rezepturen zur Verfügung stellen.

Produkte mit "Reisepass"

Nicht alle Lebensmittel im SPAR-Sortiment können aufgrund von Klima- und Anbaubedingungen in Österreich produziert und hergestellt werden. Sie müssen aus ihren Ursprungsländern importiert werden. Auch bei diesen Produkten achtet SPAR auf die Nachhaltigkeit und setzt auf international anerkannte Standards und Qualitätssiegel:



GLOBAL G.A.P.: SPAR ist Mitglied bei GLOBAL G.A.P. und fordert die sicheren Produktions- und Sozialstandards bei allen internationalen Lieferanten von Obstund Gemüseprodukten zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit.



MSC- und ASC-Siegel: SPAR bietet Produkte mit den Siegeln für verantwortungsvollen Wildfang bzw. verantwortungsvolle Zucht an und hat zusätzlich die Frischfisch-Bedienungstheken zertifizieren lassen (siehe Seite 18).





Bio: Besonders bei der Eigenmarke SPAR Natur*pur ist der Bio-Anbau der verarbeiteten Produkte streng kontrolliert. Alle Bio-Produkte tragen das EU-Bio-Logo und sind nach der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau hergestellt. Derzeit führt SPAR 843 Bio-Artikel unter der Eigenmarke und erzielte eine Umsatzsteigerung von 15,6 Prozent zum Vorjahr.



Rainforest Alliance: Die SPAR-Bananen sowie zahlreiche weitere Produkte tragen das Siegel mit dem grünen Frosch, der für umweltverträgliche, sozial und wirtschaftlich nachhaltig erzeugte Produkte steht.



FAIRTRADE: SPAR ist mit 300 Artikeln im Sortiment der größte Anbieter von Lebensmitteln mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel im österreichischen Lebensmittelhandel. In der SPAR-eigenen Kaffeerösterei werden bereits 20 Prozent Kaffee aus FAIRTRADE-Anbau verarbeitet - 2013 waren es noch 333 Tonnen. 2015 bereits 526 Tonnen.



UTZ: Bei Kakao für SPAR-Eigenmarken-Schokoladen greift SPAR auf das Nachhaltigkeitsprogramm UTZ zurück, das Produzenten durch Schulungen zur Steigerung ihrer Ertragsleistung und zu mehr Wirtschaftlichkeit verhilft.



FSC: Bei Produkten aus Holz (Papier, Briketts, Möbel) setzen SPAR und INTERSPAR auf die Standards des RECYCLED Paper made from Forest Stewardship Council (FSC). SC* C003517



Gentechnik-frei: SPAR ist Gründungsmitglied der ARGE Gentechnik-frei und bietet über 1.000 Produkte mit dem Siegel "Ohne Gentechnik hergestellt" an.



Pelzfrei: SPAR hat sich 2014 verpflichtet, keine Produkte mit Echtpelz zu verkaufen, und ist dem "Fur Free Retailer"-Programm von VIER PFOTEN beigetreten.

Humusanbau spart CO₂ ein

Im Internationalen Jahr des Bodens 2015 initiierte SPAR gemeinsam mit dem WWF Österreich ein Projekt für mehr Gemüseanbau auf Humusböden, für den Aufbau hochwertiger Humusböden und für Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung. Böden sind Grundlage aller Lebensmittel, sie fungieren als wichtiger Wasserfilter und bieten Hochwasserschutz aufgrund ihrer Speicherfähigkeit. Während die Böden in den vergangenen Jahrzehnten durch intensive Landwirtschaft, Monokulturen und Industriedünger ausgezehrt und verhärtet wurden, setzen die SPAR-Partnerbetriebe verstärkt auf Anbau auf Humusböden, die, abgesehen von der besseren Fruchtbarkeit, auch bis zu 50 Tonnen CO, pro Hektar und Jahr speichern können. Um den Humusgehalt zu erhöhen, setzen Landwirte spezifische Maßnahmen, wie Düngung mit Kompost und Mist oder geringere Bodenbearbeitung. In Böden ist derzeit doppelt so viel Kohlenstoff in Form von Humus gespeichert wie in der Atmosphäre vorkommt. Durch schonende Bewirtschaftung und zusätzlichen Humusaufbau werden die Ackerflächen

fruchtbarer, gesünder und ertragreicher – und sie lassen das CO_2 nicht entweichen, sondern halten es im Boden fest. Auf derzeit 800 Hektar Humusanbaufläche von SPAR werden demnach im Jahr 2015 bis zu 40.000 Tonnen CO_2 gebunden.

Ziel: Ausweitung auf weitere Flächen und Gemüsearten

Bis 2017 möchte SPAR die Humusanbauflächen ausweiten und weitere Landwirte in Österreich für das Projekt gewinnen. Dafür garantiert SPAR den Landwirten die Abnahme des Gemüses, das auf diesen Flächen wächst, und bietet eine Prämie von 30 Euro pro gespeicherte Tonne CO_2 im Boden. Im Schnitt erhalten die SPAR-Landwirte so rund 5.000 Euro pro Jahr zusätzlich. Auch die Anzahl der Gemüseartikel soll von derzeit durchschnittlich vier auf bis zu zehn Salat- und Feldfruchtsorten steigen. Für Kunden sind die Gemüsesorten aus Humusanbau durch ein eigenes Logo und das WWF-Partnerlogo zu erkennen.





CHERRYTOMATEN AUS HUMUSANBAU

Die SPAR **Cherrytomaten** aus Humusanbau werden regional in der Steiermark in der österreichischen Tomatensaison produziert. Der Boden, auf dem sie wachsen, speichert bis zu 50 Tonnen CO₂ pro Hektar und Jahr. Dank kurzer Transportwege sparen die österreichischen Tomaten auch CO₂ beim Transport ein, im Vergleich zu Produkten aus Spanien oder Italien.





Größtes verantwortungsvolles Fischsortiment

Viele der globalen Fischbestände sind bis an ihre Grenzen befischt oder sogar bereits überfischt. SPAR hat daher das Angebot an Fisch und Meeresfrüchten seit 2011 nahezu komplett auf verantwortungsvolle Quellen umgestellt. In einem ersten Schritt wurden 2009 gefährdete Fischarten wie Hai, Hoki und St. Petersfisch aus dem Sortiment genommen. Seit 2011 berät der WWF Österreich SPAR bei der Umstellung des gesamten Fischsortiments auf Produkte aus nachhaltigem Fischfang. Der WWF kontrolliert dabei jährlich das gesamte SPAR-Sortiment auf Fanggebiete sowie Fang- und Zuchtmethoden und stuft alle Produkte nach einem Ampelsystem in "grün" für verantwortungsvoll gefangen/gezüchtet, "gelb" für in Ordnung mit Verbesserungsmöglichkeit und "rot" für nicht nachhaltig ein. SPAR stellt die Bezugsquellen im Bedarfsfall auf verantwortungsvolle Quellen um oder nimmt bei Fehlen ökologisch sinnvoller Alternativen die Produkte aus dem Sortiment.

400 verantwortungsvolle Fischprodukte

Bereits nach zwei Jahren konnte SPAR fast das gesamte SPAR-Eigenmarken-Angebot auf verantwortungsvolle Quellen umstellen. 2015 waren 95 Prozent des gesamten SPAR-Sortiments an Fisch und Meeresfrüchten in Bedienung, Kühlung, Glas, Dose und verarbeiteter Form nach Einstufung des WWF Österreich verantwortungsvoll gefangen oder gezüchtet. Insgesamt über 400 Produkte kommen aus heimischen Gewässern, Bio-Fischzuchten, MSC- oder ASC-zertifizierten Quellen oder aus vom WWF als "grün" eingestufter Fischerei oder Aquakultur. Damit bietet SPAR das umfangreichste verantwortungsvolle Fischsortiment im flächendeckenden österreichischen Lebensmittelhandel an. An den restlichen fünf Prozent zur Zielerreichung arbeitet SPAR weiter. Ziel ist ein komplett verantwortungsvolles Angebot an Fisch und Meeresfrüchten.

LEUCHTTURMPROJEKT BIO-GARNELEN

2015 hat SPAR erstmals tiefgekühlte **Bio-Garnelen** eingeführt, die auch das WWF-Logo tragen dürfen. Sie stammen aus biologischer Aquakultur in Ecuador und werden schonend in Brutstätten gezüchtet. Das bedeutet, sie haben viel Platz



zum Leben, es werden keine Antibiotika verwendet und die Fütterung ist gentechnikfrei. Das macht die rohen, entdarmten und bereits geschälten Shrimps zu einer besonders nachhaltigen und wohlschmeckenden Delikatesse.

Schwerpunkt heimischer Fisch

Besonders nachhaltig ist die Fischproduktion, wenn der Fisch kurze Transportwege hinter sich hat und aus Zucht in bio-zertifizierten Anlagen stammt, die minimale Auswirkungen auf die Umwelt haben. Daher forciert SPAR das Angebot an Fischen aus der Umgebung und aus Bio-Aquakulturen. INTERSPAR bietet in allen 63 Hypermärkten Fisch aus der nächsten Umgebung unter dem Motto "Von dahoam das Bestel" an. Zudem stammen die Forellen und Saiblinge der Eigenmarke SPAR Natur*pur aus Kärntner und Südtiroler Aquakulturen.

MSC-Zertifizierung für Märkte

Als erstes Handelsunternehmen in Österreich hat INTERSPAR 2013 alle Frischfisch-Theken nach den Kriterien des Marine Stewardship Council (MSC) zertifizieren lassen. Somit dürfen auch MSC-zertifizierte Frischfische in Bedienung mit dem blauen Siegel gekennzeichnet werden, das die Rückverfolgbarkeit bis zur zertifizierten Fischerei ermöglicht. 2015 wurden zusätzlich alle Frischfisch-Theken in SPAR-Gourmet-Märkten nach den Kriterien von MSC und dem Aquaculture Stewardship Council (ASC) zertifiziert und dürfen daher zusätzlich auch ASC-zertifizierten Fisch und Meeresfrüchte aus Zucht mit dem türkisen Siegel kennzeichnen.

Nachhaltiger Fisch in der Gastronomie

2015 hat INTERSPAR die Nachhaltigkeitsinitiative auf die Gastronomie ausgeweitet und hat alle 53 INTERSPAR-Restaurants nach dem MSC-Standard zertifizieren lassen. Die beliebtesten Fischgerichte wie gebackene Scholle oder Dorsch stammen damit verlässlich aus nachhaltigem Fang und sind am blauen MSC-Siegel zu erkennen.











Höchste Standards bei Eiern

150 Millionen Eier verkauft SPAR österreichweit jedes Jahr. Seit 2010 wird bei SPAR für die Eigenmarken-Eier ein eigens entwickeltes Eier-Kontrollsystem eingesetzt – dabei werden die Standards, die weit über die gesetzlich festgeschriebenen Richtlinien hinausgehen, durch die unabhängige Kontrollstelle AgroVet und das SPAR-Qualitätsmanagement überprüft.

Ausschließlich aus Österreich

SPAR Österreich bietet ausschließlich Eier mit österreichischer Herkunft an. Die Eier tragen das AMA-Gütesiegel und werden im landwirtschaftlichen Betrieb mit einer Prüfnummer gestempelt, welche die Rückverfolgbarkeit jedes einzelnen Eis garantiert.

100 Prozent gentechnikfreie Fütterung

SPAR war einer der ersten Lebensmittelhändler Österreichs, der eine gentechnikfreie Fütterung sichergestellt hat. Hennen brauchen für die Eierproduktion viel Eiweiß, das durch die Fütterung von Soja verabreicht wird. Dieses Futter-Soja stammt bei SPAR aus Österreich oder der Donau-Region anstatt aus Südamerika. Durch kurze Transportwege und die Vermeidung der Abholzung von wertvollen Regenwäldern werden so jährlich bis zu 30.000 Tonnen CO, eingespart.

Umfassende Tierschutzmaßnahmen

Fast alle SPAR-Eier sind nach dem Tiergerechtheitsindex (TGI) geprüft. Darüber hinaus duldet SPAR keine elektrischen Zäune, keinen Überbesatz der Ställe und kein Zwangsmausern. SPAR verlangt von jedem Landwirt ein Konzept, welches das Wohlergehen der Tiere sicherstellt. Die Verwendung von Käfigeiern ist streng verboten.



Höchste Qualitäts- und Sicherheitsansprüche

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Impfungen werden bei SPAR unter anderem zusätzliche Typen von Salmonellen-Impfungen durchgeführt. SPAR schreibt die Kühlung der Eier ab Hof vor. In den Stallungen muss ein Schädlings-Monitoring durchgeführt werden und in der Produktion gelten strenge Hygienestandards.

SPAR kontrolliert

Die gesamte Produktionskette von den rund 140 Eierbauern über die Ostereier-Färberei bis zur Verpackung wird von externen Auditoren nach Vorgaben des SPAR-Qualitätsmanagements weit über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus kontrolliert. Tierschutz, Fütterung, Qualität, Hygiene und Herkunft der Eier stehen im Mittelpunkt.

Zusatzaufwand wird entlohnt

Alle rund 140 Eierbauern aus Österreich werden regelmäßig von einer externen Kontrollinstanz im Rahmen von Audits auf die Einhaltung der Vorgaben geprüft. Alle zwei Jahre werden jene Eierproduzenten prämiert, die vorbildliche Qualitätssicherung betrieben und beste Standards gezeigt haben. Die Bilanz für 2014 und 2015 fiel ausgesprochen positiv aus: Die Höhe der für die besten Betriebe aufgewendeten Prämiensumme stieg im Vergleich zur letzten Auszahlung um acht Prozent auf rund 131.000 Euro. Pro Betrieb können bis zu 1.600 Euro an Prämie ausgeschüttet werden.









Lebensmittel sind kostbar

Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen war und ist ein Schwerpunkt von SPAR in allen Stufen der Produktkette. SPAR setzt oder initiiert Maßnahmen zur Lebensmittelverwertung sowohl gemeinsam mit Produzenten und innerhalb des Unternehmens als auch bei Konsumenten.

Verwertung von Lebensmitteln im Einzelhandel

SPAR hat bereits 2012 durch die Universität für Bodenkultur untersuchen lassen, warum manche Lebensmittel nicht verkauft werden. Diese Untersuchung wurde 2014 auf den gesamten Lebensmittelhandel ausgedehnt. Bei SPAR können nur rund 1,2 Prozent der angebotenen Lebensmittel nicht verkauft werden. Zu diesem Wert zählen unvermeidbarer Verderb und Bruch ebenso wie abgelaufene Waren. Die Studienautorinnen halten fest, dass die Wegwerfrate in privaten Haushalten allein im Restmüll mit 6,2 Prozent um ein Vielfaches höher ist. Hinzu kommen nach Schätzungen etwa noch einmal so viele Lebensmittel, die Haushalte über die Biotonne oder den Kanal entsorgen. SPAR arbeitet daher daran, möglichst alle Lebensmittel zu verkaufen oder zu spenden, und Kunden über den Wert von Lebensmitteln zu informieren.

Wo bleiben Produkte übrig?

Wenn Lebensmittel nicht konsumiert werden, ist dies für SPAR ethisch wie auch betriebswirtschaftlich verwerflich, denn jedes verlorene Lebensmittel verursacht in Produktion, Lagerung und Entsorgung Kosten. Daher sind bei SPAR alle Systeme darauf ausgerichtet, Lebensmittelverderb möglichst zu vermeiden. Die automatisierten Logistik-Systeme sorgen dafür, dass immer jene Menge an Lebensmitteln im Markt verfügbar ist, die tatsächlich gebraucht wird. Die Haltbarkeitsfristen sind besonders im Trockensortiment (Nudeln, Reis, Getränke etc.) sehr lange, der Verderb ist daher sehr gering. Bei frischen

Produkten wie Milchprodukten oder Obst und Gemüse sind Haltbarkeiten kürzer. Diese und alle weiteren Produkte werden vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums um -25 Prozent oder -50 Prozent abverkauft. Auf den entsprechenden Aufklebern ist das Logo "Lebensmittel sind kostbar" abgebildet, um zusätzlich auf den Wert der Lebensmittel hinzuweisen.

Grammgenauer Einkauf dank Bedienung

An den Bedientheken in allen SPAR-Märkten kann Feinkost, Brot und Fleisch gramm- bzw. stückgenau eingekauft werden. Kunden können also auf vorverpackte Großpackungen verzichten und nur genau jene Menge einkaufen, die sie tatsächlich benötigen. Auch bei stückweise angebotenen Obst- und Gemüsesorten und vielen weiteren Lebensmitteln ist dies bei SPAR möglich.

Mengenaktionen gegen

Lebensmittelverschwendung

1+1-gratis-Aktionen oder Mengenrabatte ab mehreren Stück stehen in Verruf, Verschwendung zu forcieren. Mengenangebote sind für Konsumenten jedoch ein stärkerer Kaufanreiz als andere Angebote und verstärken den Absatz. So können auch Überproduktionen zum Konsumenten und damit zur Verwendung gebracht werden, die sonst nicht verkauft werden könnten. Jahrzehntelanger Beobachtung nach werden Mengenangebote bei Lebensmitteln vor allem von Großhaushalten gekauft, die diese Menge aufbrauchen und auf solche vergünstigten Angebote angewiesen sind.

Vermarktung von optisch nicht perfekter Ware

Der Großteil des für den Frischemarkt erzeugten Obstes und Gemüses entspricht den optischen Anforderungen von Kunden und wird daher in den Märkten auch angeboten. SPAR verkauft aber auch Obst und Gemüse mit Makeln. Vor allem in der hiesigen Erntezeit bietet SPAR beispielsweise besonders große Äpfel oder Einkochmarillen und solche mit leichten Schalenverletzungen an. Auch in den Packungen der Marke S-BUDGET (Äpfel, Karotten, Kartoffeln u. a.) sind Früchte enthalten, die rein optisch nicht perfekt sind. Zudem ist Obst und Gemüse zweiter Wahl ein wichtiger Rohstoff für die Lebensmittelindustrie.

Verpackung von Obst und Gemüse

Bei Obst und Gemüse, aber auch bei Brot können Haltbarkeiten durch richtige Verpackung deutlich verlängert werden. Beispielsweise reduziert sich der Verderb von Gartenkresse von 42 Prozent auf 3,4 Prozent, wenn diese in Folie verpackt wird. Verpackung kann also Lebensmittelverderb deutlich reduzieren und somit den ${\rm CO_2}$ -Fußabdruck eines Produktes verringern, da die Verpackung weniger Ressourcen verbraucht als durch den schnelleren Verderb vergeudet würden.

Verwertung von Brot und Gebäck

Das Angebot von frischem Brot und Gebäck fordern Kunden bis zum Ladenschluss. SPAR betreibt daher in allen Märkten Backstationen, in denen den gesamten Tag über bedarfsgerecht aufgebacken wird. Ab dem Nachmittag wird nur noch ein Basis-Sortiment nachgebacken, damit am Tagesende möglichst wenig übrig bleibt. Schwarzbrot, das nicht verkauft wird, bietet SPAR am nächsten Tag vergünstigt an. Brot und Gebäck wird an Sozialorganisationen weitergegeben, wenn diese noch am selben Tag Waren abholen. An anderen Wochentagen wird Brot im Markt gesammelt und über die bestehende Logistik der Tierfutterindustrie zugeführt. So wird es sinnvoll für die Lebensmittelproduktion eingesetzt.

VERPACKUNG MIT SINN



Die Kartonschale und eine dünne Plastikfolie schützen die SPAR **Cherrytomaten** aus Humusanbau vor Druckstellen und Austrocknung. So bleiben die Tomaten länger frisch.



Weitergabe an Sozialorganisationen

Jede SPAR-Filiale, in deren Umgebung es Bedarf gibt, arbeitet mit einer lokalen Sozialorganisation zusammen, die mehrmals wöchentlich Lebensmittel abholt, die nicht mehr verkauft werden können. Zum einen sind dies Sozialmärkte wie "Tischlein deck dich", SOMA Salzburg, Rotes Kreuz in Oberösterreich, Team Österreich Tafel in Niederösterreich oder die Wiener Tafel, zum anderen auch private Initiativen und Vereine wie Food Sharing in Kärnten. Eine besondere Kooperation gibt es in Wien: Das Jugendzentrum Donaustadt holt täglich übrig gebliebene Lebensmittel vom nahegelegenen INTERSPAR-Hypermarkt ab und kocht gemeinsam mit Jugendlichen daraus das Abendessen. Die Initiative wurde 2015 mit dem Viktualia-Award des Lebensministeriums ausgezeichnet. Zwischen 2014 und 2015 ist die Menge an weitergegebenen Lebensmitteln um 86 Prozent gestiegen.

Kundeninformation über Lebensmittelverwertung

Ein großer Teil der weggeworfenen Lebensmittel stammt aus Privathaushalten. Ein Grund für SPAR, hier anzusetzen: Das Kundenmagazin SPAR Mahlzeit!, das "grüne" SPAR-Flugblatt sowie die Website spar.at/nachhaltigkeit informieren regelmäßig über den bewussten Einkauf und die richtige Lagerung von Lebensmitteln. Ein eigenes, grünes Kochbuch bietet "Restl-Rezepte" zur Lebensmittelverwertung. SPAR will damit Kundinnen und Kunden darauf aufmerksam machen, dass jeder einen Beitrag zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen leisten kann und soll.

Palmöl

Im Vergleich zu anderen Pflanzenölen ist Palmöl länger haltbar, hitzestabil sowie geschmacksneutral und wird daher vielfach eingesetzt. Verglichen mit Ersatzpflanzen wie Soja- oder Sonnenblumenöl ist die Ölpalme zudem äußerst ertragreich. In den Anbaugebieten sind jedoch durch den steigenden Bedarf wertvolle tropische Regenwälder bedroht. Zum Schutz von Wald und Wildtieren verpflichtet sich SPAR Österreich freiwillig, Palm- und Palmkernöl bei Eigenmarken-Produkten ausschließlich verantwortungsvoll einzusetzen. Wenn möglich, wird Palmöl in Lebensmittel- und Non-Food-Produkten durch andere Fette ersetzt, zum Beispiel in den Splendid Weichspülern. Ist eine Umstellung nicht möglich, wird ausschließlich RSPOzertifiziertes Palmöl verwendet. 2015 war in 350 SPAR-Eigen-

markenprodukten Palmöl enthalten, in 95 Prozent wird bereits RSPO-zertifiziertes Palmöl verwendet. Bis Ende 2016 sollen alle Produkte auf RSPO-zertifiziertes Palmöl umgestellt werden.

ÖLERTRÄGE DER ERSATZPFLANZEN IM VERGLEICH:

Ölerträge in Tonnen pro Hektar Durchschnitt der Jahre 2010 – 2012











Hormonfreie Kosmetik



Die Weltgesundheitsorganisation WHO weist in Studien auf die Gesundheitsgefahren hin, die mit hormonell wirksamen Chemikalien in Kosmetika verbunden sein können. Diese Chemikalien können aufgrund ihrer zufälligen strukturellen Ähnlichkeit mit den körpereigenen Hormonen in hormonell gesteuerte Prozesse eingreifen und

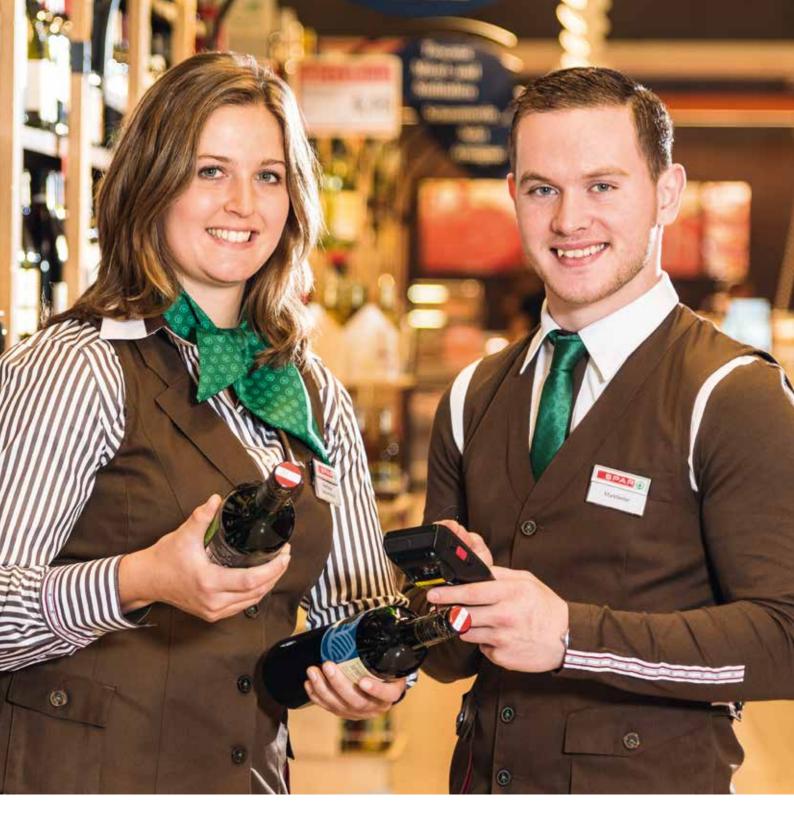
diese stören. SPAR hat daher alle Produkte der Eigenmarken BEAUTY KISS, SUN KISS und S-BUDGET überprüft und sich selbst verpflichtet, diese frei von hormonähnlichen Substanzen zu halten. Seit 2015 sind alle Kosmetikprodukte frei von hormonell wirksamen Chemikalien wie Parabenen oder Benzophenonen.

Wiederverwendbare Taschen

Der durchschnittliche Verbrauch von Plastiktaschen pro Kopf und Jahr liegt in Österreich deutlich unter dem in anderen EU-Ländern. Die früher üblichen Neu-Plastik-Taschen hat SPAR bereits vor Jahren durch Recycling-Taschen ersetzt und bietet eine Vielzahl an nachhaltigeren Alternativen. Tragetaschen werden bei SPAR um mind. 0,21 Euro verkauft. Dadurch entstehen für die Kunden eine zusätzliche Wertigkeit und der Druck, die Taschen wiederzuverwenden. 2014 war der Gesamtabsatz von Einkaufstaschen

erstmals rückläufig (–2 Prozent). 2015 stieg die Menge an abgegebenen Tragetaschen zwar wieder, die Steigerung des Absatzes von Permanent-Tragetaschen war aber mit +27 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich höher als bei Recyclat-Taschen (+1 Prozent). Auch Bio-Plastik-Taschen (+10 Prozent) und die wiederverwendbare Kartonbox (+6 Prozent) wurden häufiger verkauft, was auf ein Umdenken bei Konsumenten in Richtung Wiederverwendung hindeutet.





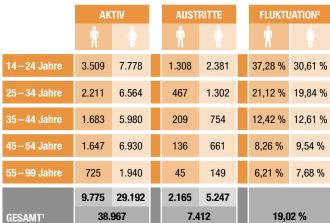


MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Rund 40.000 Menschen in Österreich arbeiteten 2015 für SPAR. Für sie trägt das Familienunternehmen Verantwortung in wirtschaftlicher, aber auch in sozialer Hinsicht.

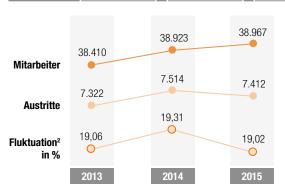


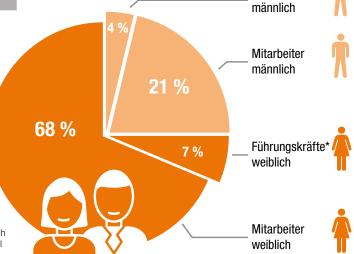
Größter privater österreichischer Arbeitgeber



Die rund 40.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Österreich sind eine der wichtigsten Stützen einer erfolgreichen Entwicklung von SPAR. Ihre Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Gesundheit und Work-Life-Balance sind daher für SPAR direkt erfolgsentscheidend. Zufriedene Mitarbeiter zeigen sich auch in der Fluktuationsrate, die SPAR auf einem für den Lebensmittelhandel niedrigen Niveau halten und sogar senken konnte. Rund 80 Prozent der Mitarbeiter bei SPAR sind Angestellte, 15 Prozent Arbeiter und fünf Prozent Lehrlinge. Seit 2014 konnte SPAR in Österreich über 460 neue Arbeitsplätze schaffen.

Führungskräfte*





¹ Inkludiert sind alle Personen, die im Zeitraum 1.1.2015 – 31.12.2015 ein Anstellungsverhältnis hatten, inkl. Karenzierte, Lehrlinge, Praktikanten etc. Nicht inkl. ist der selbstständige Einzelhandel; Austrittsgründe enthalten auch Pensionierungen etc., It. GRI-Definition. Die Differenz zu der berichteten Zahl von 39.921 Personen im Geschäftsbericht 2015 ergibt sich durch nachträgliche Änderungen nach Erscheinen des Geschäftsberichts sowie durch eine Stichtagsbetrachtung und die Inklusion der selbstständigen Lebensmitteleinzelhändler im Geschäftsbericht.

² Fluktuation = Anzahl der Austritte/Anzahl der Mitarbeiter inkl. Praktikanten

^{*} Als Führungskräfte eingestuft werden Geschäftsführer und Bereichsleiter in den Zentralen sowie die Marktleitung und deren Stellvertretung in den Märkten bzw. zusätzlich Bereichsleiter in INTERSPAR-Märkten.

Zufriedene Menschen

Die Meinung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhebt SPAR alle zwei Jahre in einer Mitarbeiterbefragung. Bei der letzten länderübergreifenden Befragung 2014 haben 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Österreich, also 78 Prozent, ihrer Meinung Ausdruck verliehen und bei der Mitarbeiterbefragung teilgenommen. Die Ergebnisse, die das unabhängige Unternehmen Trigon ausgewertet hat, sind erfreulich: In Österreich liegt die durchschnittliche Zufriedenheitsguote bei 83 Prozent, das hohe Niveau aus den Befragungen von 2010 und 2012 konnte SPAR also halten. Laut Trigon bewerten die SPAR-Mitarbeiter den Themenblock "Arbeitgeber-Image und -Bindung" im Vergleich zu anderen Unternehmen überdurchschnittlich positiv. In Österreich empfehlen neun von zehn Mitarbeitern SPAR als Arbeitgeber weiter. Auch wenn die Gesamtergebnisse überaus positiv sind, zeigt sich vielfach Handlungsbedarf: Je weiter man die Zahlen auf einzelne Einheiten, Märkte, Abteilungen und Teams herunterbricht, desto kritischer sind teilweise die Ergebnisse. Führungskräfte, die wiederholt schlecht beurteilt wurden, erhalten daher eine Team-Mediation von externen Experten. 2014 wurden 132 solcher Workshops zusätzlich zu den jährlichen Mitarbeitergesprächen durchgeführt, die jeder Mitarbeiter mit dem oder der direkten Vorgesetzten führt.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

SPAR arbeitet daran, attraktive, gesunde, alters- und familiengerechte sowie sichere Arbeitsplätze anbieten zu können. Drei Viertel der SPAR-Arbeitnehmer sind Frauen, die in Österreich noch immer den größten Teil der Kinderbetreuung und der Pflege von Angehörigen übernehmen. Die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie ein aktives Karenzmanagement haben für SPAR daher eine große Bedeutung. Besonders für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Kindern oder mit Angehörigen, die Betreuung benötigen, braucht es geeignete Angebote. SPAR wird diesem Bedarf unter anderem durch eine Vielzahl von flexiblen Arbeitszeitmodellen gerecht, die auf individuelle Bedürfnisse hinsichtlich Kinderbetreuung, Pflege und Bildung Rücksicht nehmen. Zudem bietet SPAR im Sinne eines aktiven Karenzmanagements ein umfassendes Beratungs- und Informationsangebot für Mitarbeiter rund um Kinderbetreuung, Mutterschutz, Karenz, Elternteilzeit etc., das auch für Führungskräfte angeboten wird, um die familienbewusste Führungskultur weiter zu fördern.

Das Bundesministerium für Familie und Jugend (BMFJ) hat die SPAR-Hauptzentrale, die INTERSPAR-Zentrale, die SPAR-Zentrale Wörgl und die SPAR ICS mit dem "Grundzertifikat beruf + familie" ausgezeichnet. Die Unternehmensteile werden verstärkt familienfreundliche Maßnahmen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter zu verbessern. Konkret werden in den nächsten drei Jahren unter anderem Maßnahmen wie flexible Arbeitszeitmodelle, Angebot von Beratungs- und Unterstützungsleistung für Kinderbetreuung, aktives Karenzmanagement und Kontakthalteangebot für Karenzierte vorangetrieben. 2015 ist SPAR zudem dem Netzwerk "Unternehmen für Familien" des BMFJ beigetreten und tauscht dort mit anderen Unternehmen verschiedener Größe und verschiedener Branchen Ideen zur Förderung der Arbeitgeber-Attraktivität aus.



Auszeichnungen und Gütesiegel

- "Grundzertifikat beruf + familie" für SPAR-Hauptzentrale, INTERSPAR-Zentrale, SPAR-Zentrale Wörgl und SPAR ICS
- "Unternehmen für Familien"
- Ausgezeichneter staatlicher Lehrbetrieb
- "ineo" für INTERSPAR in Oberösterreich
- "Top-Lehrbetrieb" für INTERSPAR in Wien
- Ausgezeichneter Tiroler Lehrbetrieb
- "Nestor^{GOLD} bewegt" für SPAR-Zentrale Graz
- "Gütesiegel Betriebliche Gesundheitsförderung" in Salzburg und OÖ
- Auszeichnung "Bester Arbeitgeber Vorarlbergs"
- "Alle Achtung!"-Award der AUVA für SPAR-Zentrale Wörgl
- Vorsorgepreis des Landes NÖ 2014 in der Kategorie Betriebe
- Auszeichnung "Gesunder Betrieb" für SPAR Kärnten & Osttirol



Gesund bei SPAR

Seit 2011 wirkt das Programm Gesund bei SPAR nachhaltig auf das Gesundheitsbewusstsein der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Die vier Säulen Ernährung, Bewegung, mentale Fitness und Vorsorge/Arbeitsmedizin sind untrennbar miteinander verbunden. Die Gesundheitsinitiative Gesund bei SPAR ist auf zwei Ebenen konzipiert: Von den Zentralen hin zu den Filialen und vom Mitarbeiter zum Kunden, denn Mitarbeitergesundheit beeinflusst direkt die Kundenzufriedenheit. Sowohl

	Ausfalltage pro Mitarbeiter		Gesamt
	2014	2015	2015
Ausfalltage Krankheiten	9,12	7,84	305.434
Ausfalltage Unfälle	0,40	0,34	13.186

Ausfalltage sind gleich Arbeitstage; Unfälle sind ab dem 1. Ausfallstag inkludiert. Unfälle enthalten auch den Arbeitsweg. Basis für Berechnung Durchschnitt: 38.967 (2015), 38.923 (2014)

Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsumgebung und -organisation, zur Reduktion von Arbeitsbelastungen als auch Maßnahmen zur Verbesserung des persönlichen Gesundheitsverhaltens sind implementiert und werden laufend erweitert.

Die SPAR Health Card schärft seit 2012 den Blick auf die eigene Gesundheit, bietet individuelle Lösungen an, fördert nachhaltige Lebensqualität und begleitet auf dem Weg dorthin. Eine Gesundheitspromotion attraktiviert und belebt die Initiative, mit ausreichend Gesundheitspunkten kann man auch tolle Preise gewinnen. Seit 2015 motiviert die SPAR Gesundheits-App SPAR Health Coach alle gesundheitsbe-

wussten Nutzer zu einem gesunden Lebensstil. Die Gesundheits-App steht nicht nur den Mitarbeitern, sondern auch Kunden kostenlos zur Verfügung. Zahlreiche Zusatzfeatures wie Schrittzähler, automatisches Bewegungstracking, Laufzeitenprognose und umfangreiche Expertentipps machen die SPAR Health Coach-App zum persönlichen Sport- und Gesundheitscoach.

Die Bemühungen resultieren in zahlreichen Auszeichnungen und dem Gütesiegel für betriebliche Gesundheitsförderung, sowohl regional als auch national.







Aus- und Weiterbildung

Persönliche und kompetente Beratung, das ist eines der Erfolgskonzepte von SPAR, das auch von Kundinnen und Kunden als zunehmend wichtig und ansprechend wahrgenommen wird. Die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trägt somit direkt zum Erfolg von SPAR bei. Insgesamt haben 74 Prozent aller Mitarbeiter an einer der angebotenen Präsenzschulungen teilgenommen und in Summe 415.000 Schulungsstunden absolviert. Deutlich ausgebaut hat SPAR das Angebot an E-Learning-Kursen, das von Mitarbeitern stark angenommen wurde. Rund 150.000 Mal wurden die Online-Schulungsangebote aufgerufen, mit einer durchschnittlichen Schulungsdauer von 22 Minuten. Vor allem Fachinformationen für Verkaufsmitarbeiter werden auf diesem Weg multimedial vermittelt, gleichzeitig wird auch der Lernerfolg überprüft.

Traineeprogramme

Das internationale SPAR-Management-Traineeprogramm bietet jungen, aufstrebenden Uni- und FH-Absolventen und Young Professionals bereits zum vierten Mal eine Top-Ausbildung zur Führungskraft bei SPAR. Im Jahr 2015 wurden 17 neue Trainees in verschiedenen Unternehmensteilen aufgenommen. Neben praxisorientierten Rotationen in verschiedenen Abteilungen sowie diversen Seminaren stehen Praxiserfahrungen im Verkauf auf dem Programm. Das Top-Management selbst übernimmt das Mentoring der Teilnehmer. Gleich zu Beginn bekommt jeder Trainee einen Mentor aus der Geschäftsführungs- oder Bereichsleitungsebene an die Seite gestellt, um den Wissenstransfer zu fördern und die SPAR-Kultur zu vermitteln. Durch gemeinsame Seminare und Reisen der Teilnehmer wird zusätzlich das Netzwerk zwischen den jungen Führungskräften aufgebaut.

MITARBEITER-FORTBILDUNGEN 2015

	Teilnehmerzahl (Gesamt)	Dauer in Tagen (Gesamt)	Ø Stunden/ Teilnehmer
Hauptzentrale	3.315	5.594	19,9
INTERSPAR	2.401	295	30,6
Zentrale Dornbirn	462	153	11,3
Zentrale Wörgl	3.914	461	9,3
Zentrale Marchtrenk	2.201	206	12,2
Zentrale St. Pölten	11.668	785	9,2
Zentrale Graz	3.750	394	10,1
Zentrale Maria Saal	1.315	191	12,0
GESAMT	29.026	8.079	14.3

Ausbildung von Führungskräften stärken

Die Mitarbeiterbefragung hat ergeben, dass die fachliche und persönliche Ausbildung von Führungskräften direkte Auswirkungen auf die Zufriedenheit und die Leistung von Marktmitarbeiterinnen und -mitarbeitern hat. SPAR hat daher 2014 eine Soll-Ausbildung für alle 2.085 Marktleiter, Marktleiter-Stellvertreter, Feinkost-Abteilungsleiter in SPAR-, SPAR-Gourmet- und EUROSPAR-Filialen definiert, die neben Fachwissen im Verkauf auch Inhalte aus den Bereichen Arbeitsrecht sowie Mitarbeiterführung umfassen. Mit Ende 2015 haben rund 72 Prozent der Führungskräfte diese Ausbildung erfolgreich absolviert. Bis Ende 2016 sollen 80 Prozent der Führungskräfte über dieses erweiterte Basiswissen verfügen.



Lehrlingsausbildung

SPAR Österreich bietet die meisten Lehrplätze in Österreich. 2.700 Lehrstellen in 17 verschiedenen Berufen, 16 davon im Lebensmittelhandel, stehen jungen Menschen für eine sichere Ausbildung zur Verfügung. Geburtenschwache Jahrgänge, eine Vielzahl an möglichen Ausbildungen und sinkende Grundbildung machen es aber zunehmend schwer, die richtigen und motivierten Jugendlichen für eine Lehre bei SPAR zu gewinnen. 2.189 Lehrlinge waren 2015 in 17 Lehrberufen in Ausbildung.

Seit 2011 übernimmt SPAR zur Gänze die anfallenden Internatskosten, wenn Lehrlingen die Heimreise nicht zumutbar ist. Bis zu 4.500 Euro Prämien winken bei sehr guten Leis-

tungen in Berufsschule und Praxis. Zusätzlich hat SPAR 2015 84 Lehrlingen aufgrund ausgezeichneter Leistungen den B-Führerschein bezahlt. Auch die zahlreichen Zusatzangebote motivieren Jugendliche für eine Ausbildung bei SPAR: Sowohl in der konzerneigenen Berufsschule, der SPAR-Akademie in Wien, als auch in den SPAR-Akademie-Klassen in den Berufsschulen der Bundesländer haben Spezialfächer wie Kulturpflege, Fair-Trade-Botschafter oder Nachhaltigkeit einen fixen Platz. 2015 besuchten beispielsweise 20 Lehrlinge Bio-Bauernhöfe von SPAR-Lieferanten, um dort direkt bei der Produktion von Lebensmitteln zu helfen und diese kennenzulernen. Nicht zuletzt wegen dieser Zusatzausbildungen zählen SPAR-Lehrlinge zu den besten ihrer Branche, wie auch





zahlreiche Erfolge bei Wettbewerben beweisen. Zum Beispiel gewann Wolfgang Barmüller aus Stainz den Landeslehrlingswettbewerb der Fleischer in der Steiermark, und INTERSPAR-Lehrling Julia Sermann aus Feldkirch wurde internationaler "Junior Sales Champion".

Nach der Lehre zur Führungskraft

INTERSPAR hat 2014 den Talentepool eingeführt. Lehrlingen wird dabei nach Abschluss ihrer Ausbildung ein einjähriges Zusatzprogramm angeboten, das sie in Seminaren und mit Hilfe eines persönlichen Mentors auf Führungsaufgaben vorbereitet. 15 junge Menschen haben den ersten Talentepool 2015 erfolgreich abgeschlossen und Positionen wie Abteilungsleiter-Stellvertreter oder höher in Märkten übernommen.



LEHRLINGE WERDEN BOTSCHAFTER

In Kooperation mit dem WWF Österreich erhalten Lehrlinge der SPAR-Akademie Wien seit dem Schuljahr 2015/2016 eine eigene Nachhaltigkeitsausbildung. Wichtiger Inhalt ist auch



die Herkunft nachhaltiger Fisch- und Meeresfischprodukte, wie jene der SPAR Natur*pur **Bio-Garnelen**, die Lehrlinge an einem Praxistag auch verkosten und verkaufen.

Diversität

Rund 40.000 Menschen arbeiten für SPAR Österreich im Lebensmittelhandel. Die Vielfalt der Gesellschaft in Österreich spiegelt sich auch in der Zusammensetzung der Mitarbeiter bei SPAR. An den Schülerinnen und Schülern der SPAR-Akademie ist dies am besten zu sehen: Sie stammen aus 36 Nationen und Volksgruppen, sprechen 32 verschiedene Sprachen und bekennen sich zu zwölf unterschiedlichen Religionen. SPAR sieht diese Vielfalt als wichtige Bereicherung und ist dankbar für Erfahrungen, Wissen und Hintergrund jedes Mitarbeiters.

Ausbildung für Menschen mit Beeinträchtigung

Diese Vielfalt zeigt sich auch in den Ausbildungsmärkten für

Menschen mit Beeinträchtigungen, die Sozialorganisationen als SPAR-Einzelhändler betreiben. Beispielsweise bilden in Stadt und Land Salzburg elf SPAR-Märkte Jugendliche mit Beeinträchtigungen aus, damit sie am Arbeitsmarkt Fuß fassen und ein selbstständiges Leben führen können. Was 2005 mit zwei Jugendlichen begann, ist heute ein erfolgreiches Projekt mit aktuell 17 Lehrlingen. 2015 feierten SPAR und die betreuende Partnerorganisation "oberrain-anders-kompetent" das zehnjährige Bestehen der Kooperation. Auch in vielen anderen Bundesländern arbeitet SPAR mit Sozialorganisationen, Ämtern und Vereinen zusammen, die ganze Supermärkte als Ausbildungsstätten betreiben oder einzelne SPAR-Mitarbeiter in Märkten betreuen.



Vorteile für Mitarbeiter

Nicht nur ein familienfreundliches Arbeitsumfeld und attraktive Gesundheitsförderungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten bietet SPAR, sondern auch finanzielle Zusatzleistungen. Seit 2014 können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Umsätze ihrer Einkäufe bei SPAR auf ihr Mitarbeiter-Treuebonus-Konto verbuchen lassen und erhalten am Jahresende je nach Gesamtumsatz bis zu fünf Prozent der Einkaufssumme retour. 60.000 SPAR-Mitarbeiter, Angehörige und Pensionisten haben dieses Angebot 2015 genutzt und insgesamt 4,65 Millionen Euro Treuebonus zurückbekommen.

Betriebspension ab zehn Jahren

SPAR schließt für alle langjährigen Mitarbeiter mit mehr als zehn Jahren Betriebszugehörigkeit eine freiwillige betriebliche Pensionsvorsorge ab. SPAR zahlt für sie jeden Monat bis zu 2,67 Prozent des Gehalts zusätzlich für die SPAR-Pensionsvorsorge ein. Ab Pensionsantritt erhalten Mitarbeiter damit eine lebenslange Zusatzpension zur gesetzlichen ASVG-Pension oder bei vorzeitigem Austritt eine einmalige Auszahlung. Auch bei Versicherungen können SPAR-Mitarbeiter sparen: Der VD SPAR Versicherungsdienst vermittelt alle Versicherungen von Auto bis Gesundheit zu den Konzernkonditionen auch an Mitarbeiter.

Feste muss man feiern!

SPAR-Zentralen und Betriebsräte warten zu besonderen Anlässen mit zusätzlichen Überraschungen auf: Weihnachts-

feiern oder Sommerfeste der Zentralen, Skitage und Ausflüge, Geburtenzuschuss und Heiratszuschuss vom Betriebsrat, Geburtstagswein und -gutscheine sowie finanzielle Sonderleistungen zu runden Jubiläen versüßen zusätzlich die Arbeit bei SPAR.

Lehrlingsprämien und B-Führerschein

Junge Menschen in Ausbildung motiviert SPAR mit bis zu 4.500 Euro Prämie zusätzlich zur Lehrlingsentschädigung für gute Leistungen in Berufsschule und Praxis. Den besten Lehrlinge wird am Ende ihrer Lehrzeit der B-Führerschein bezahlt.

Helfer in der Not

Der Klimawandel macht auch vor Österreich nicht halt, und in den vergangenen Jahren stieg die Zahl an Umweltkatastrophen, die auch SPAR und deren Mitarbeiter betroffen haben. In solchen Notfällen schafft SPAR unbürokratische und schnelle Lösungen, wie beim verheerenden Hochwasser in Kössen (T). Die unmittelbar betroffenen Mitarbeiter beispielsweise mussten dort für die Zeit der notwendigen Aufräumarbeiten nicht zur Arbeit gehen. Auch die zahlreichen SPAR-Mitarbeiter, die bei der Feuerwehr und Rettung freiwillig dringend nötige Hilfsdienste leisten, bekamen ab Beginn der Hochwasserkatastrophe frei. Mitarbeiter, deren Hab und Gut durch eine Katastrophe verwüstet wurde, unterstützt SPAR sofort, beispielsweise durch einen Soforthilfe-Fonds des Betriebsrats.









KLIMA UND UMWELT

SPAR ist darauf bedacht, den ${\rm CO_2}$ -Fußabdruck möglichst gering zu halten. Entsprechend effizient und energiesparend sind die SPAR-Märkte und die Logistik ausgerichtet.



Energieeffizienz in der Praxis

Bei der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 wurden internationale Ziele in Bezug auf Energieeffizienz und Treibhausgas-Einsparungen festgelegt. SPAR hat sich bis 2050 deutlich strengere Ziele gesetzt und verfolgt diese systematisch mit einem implementierten Energiemanagementsystem nach ISO 50001. Das wesentliche Ziel der Norm ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Energieeffizienz durch den Aufbau von dazu notwendigen Systemen und Prozessen zu verbessern. Durch die zertifizierten Systeme werden ungenutzte Effizienzpotenziale erschlossen, Energiekosten verringert und der Ausstoß von Treibhausgasen reduziert. Somit leistet das Energiemanagementsystem einen wesentlichen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz.

Ziele bis 2050

Wesentlicher Teil der Zertifizierung sind konkrete Einsparungsziele. SPAR hat dazu die bereits lange existierende Energiestrategie (Energie effizient nutzen, erneuerbare Energie einkaufen und selbst Energie erzeugen) mit konkreten Zahlen versehen und setzt sich damit strengere Ziele als international verhandelt wurden. SPAR verpflichtet sich, bis 2050 den Energieverbrauch um 50 Prozent (im Vergleich zu 2009) zu senken. Die Treibhausgas-Emissionen sollen, verglichen mit 2009, um 90 Prozent zurückgehen. Die benötigte Energie soll bis 2050 annähernd zu 100 Prozent aus naturverträglichen, erneuerbaren Quellen stammen.

Energie effizient nutzen

SPAR möchte diese ambitionierten Ziele mit verschiedensten Maßnahmen erreichen, die bereits gestartet wurden: Seit 2014 hat SPAR 300 Filialen auf LED-Beleuchtung umgestellt, weitere Filialen folgen jedes Jahr. Dies spart 40.000.000 kWh Strom jährlich – so viel Strom, wie 16.000 Haushalte im Jahr verbrauchen würden. Zusätzliche Energie sparen die effizienten Kälteanlagen mit Wärmerückgewinnung und die Wärmepumpen in allen neuen und renovierten Märkten. Erstmals sank 2015 nicht nur der Stromverbrauch relativ zur Verkaufsfläche, sondern auch der absolute Verbrauch (um –3 Prozent). Nur 16 Prozent des gesamten Energiebedarfs für Märkte, Lager und

LED-BELEUCHTUNG

Besonders frische Produkte brauchen spezielle Beleuchtung für den Produktschutz und die perfekte Präsentation. SPAR hat daher direkt mit den Herstellern LED-Lampen für die richtige Lichtintensität und -farbe entwickelt, damit auch die SPAR Cherrytomaten aus Humusanbau mit energiesparenden LED-Lampen in Szene gesetzt werden können.

Logistik bei SPAR kommen aus Fernwärme oder werden aus Erdgas oder Heizöl gewonnen. 84 Prozent werden aus nichtfossilen Quellen gedeckt, Tendenz weiter steigend. Um fossile Brennstoffe zu ersetzen, werden seit Jahren keine neuen Anlagen mit Heizöl errichtet. 82 Prozent aller Filialen sind bereits mit einem Energiemonitoring ausgestattet, das eine tägliche Überwachung dieser Standorte erlaubt. Unnötigen Stromverbrauch kann SPAR mit dieser Technik sofort entdecken. SPAR ruft die Kältetechniker nicht nur, wenn die Temperatur in einem Kühlgerät zu hoch ist, sondern auch, wenn die Temperatur zu tief ist und daher zu viel Strom verbraucht wird.

Saubere Energie

Der verbrauchte Strom kommt bei SPAR zu 98 Prozent aus erneuerbaren Quellen. Zusätzlich baut SPAR auch die eigene Stromerzeugung weiter aus: 37 Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Dächern liefern derzeit sauberen Solarstrom für die Märkte darunter. Insgesamt 1,3 Millionen kWh Strom lieferten diese Anlagen 2015. Die Menge würde ausreichen, um rund 500 Haushalte ein Jahr lang zu versorgen. Auf Supermärkten sind Solaranlagen besonders sinnvoll, da erstens der höchste Strombedarf tagsüber im Sommer gegeben ist – also genau dann, wenn die Anlagen ihre Leistungsspitzen erreichen. Und zweitens wird der

Strom genau dort produziert, wo er auch gebraucht wird. Öffentliche Stromnetze werden daher nicht zusätzlich belastet. Die Technik für die SPAR-Solaranlagen stammt aus Österreich. Die Hightech-Solarmodule entwickelt und produziert Kioto Solar aus St. Veit an der Glan. Die nötigen Wechselrichter liefert der oberösterreichische Spezialist Fronius, und die Befestigungstechnik stammt von voestalpine. Weitere Anlagen sind schon geplant.

Bei Heizenergie setzt SPAR zunehmend auf Wärmerückgewinnung und Erdgas anstelle von Heizöl. Allein durch die Umstellung des TANN-Fleischwerks Föderlach von Heizöl auf Erdgas wurden 10 GWh Heizöl gespart, dadurch reduziert sich der Heizölverbrauch auf insgesamt 3 GWh (0,6 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs)

In punkto Treibhausgase hat sich SPAR das Ziel gesetzt, diese jährlich um zwei bis fünf Prozent pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu reduzieren. In diese Berechnung fließen Energieverbrauch (Strom, Heizöl, Gas, Treibstoffe) und Treibhausgase durch verbrauchte Kältemittel ein. Mit 32 Prozent Reduktion seit 2009 und einer aktuellen Treibhausgas-Emission von 89,76 kg CO₂-Äquivalente/m² Verkaufsfläche jährlich hat SPAR dieses Ziel übertroffen.





ENERGIEVERBRAUCH BEI SPAR (in GWh)

elektrische Energie GWh 2012 2011 2013 434,81 430,72 429,81 2013 2014 2015 2011 129,57 2015 Verkehr GWh 2014 411,43 127,63 2012 125,03 2015 2014 122,32 121,50 2012 2011 2013

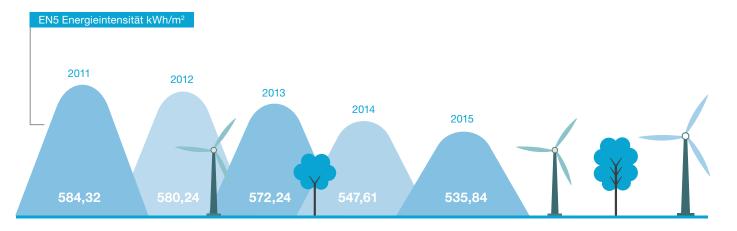
EMISSIONSFAKTOREN

(Quelle: SoFi-Software)

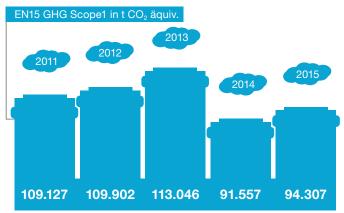
Strom 2015	0,001286430	je MJ
Strom 2014	0,002275991	je MJ
Strom 2013	0,018781747	je MJ
Strom 2012	0,007837165	je MJ
Diesel	2.680,38	je m³
Heizöl	2.720	je m³
Erdgas	0,056236	je MJ
R404a	3.922	je kg
R134a	1.430	je kg
Benzin	2.405,40	je m³
1 kWh = 3,6 MJ		

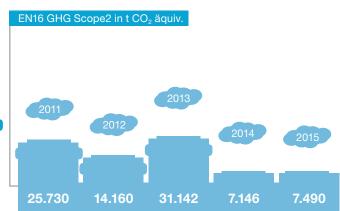


ENERGIEINTENSITÄT (Energieverbrauch inkl. Strom, Heizen, Fuhrpark je m² Verkaufsfläche)



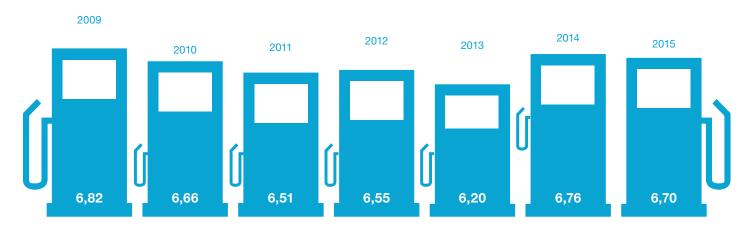
TREIBHAUSGAS-EMISSION (in t $\mathrm{CO}_{\scriptscriptstyle 2}$ äquiv.)







TREIBSTOFFVERBRAUCH (Lkw und Pkw, in Liter/m² Verkaufsfläche)



CO₂-FUSSABDRUCK CO₂-FUSSABDRUCK FÜR OUTLETS (aus Strom/Heizen pro m² Verkaufsfläche) ● = ZIELWERT EN18 GHG emissions intensity kg CO₂/m² Outlets 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2010 2011 40,97 38,92 36,97 126,31 35,12 33,37 43,12 44,13 51,22 21,00 18,00 132,85 126,20 115,08 31,22

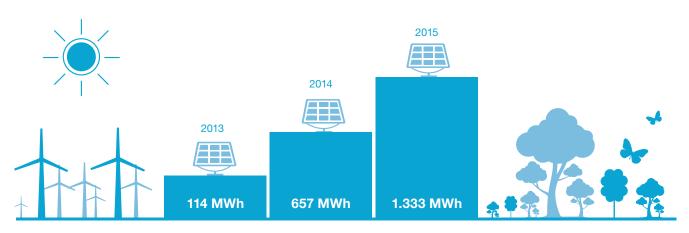


89,01

131,64

89,76

ERTRAG DER PHOTOVOLTAIK-ANLAGEN





Vom Feld bis auf den Tisch

In einer ganzheitlichen Betrachtung der Auswirkungen von Produkten auf die Umwelt ist die Logistik bis auf den Esstisch ein elementarer Teil. Daher versteht SPAR unter der Logistik nicht nur die eigene Lkw-Flotte, sondern bedenkt auch die Anlieferung vom Produzenten und den Weg vom Supermarkt nach Hause mit.

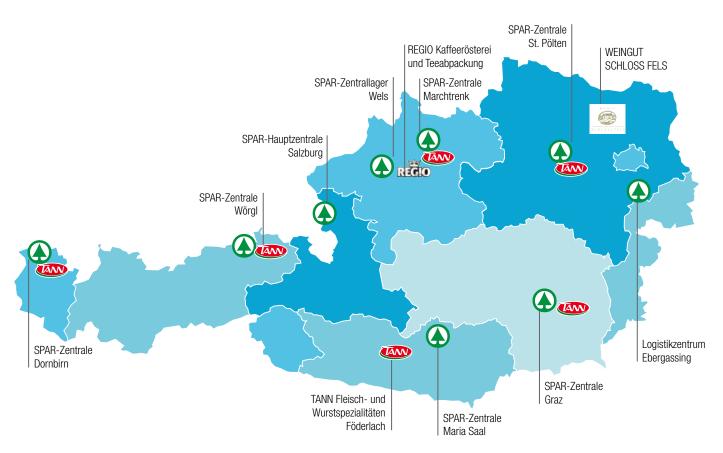
Regionale Verankerung

SPAR beliefert täglich über 1.600 Standorte in ganz Österreich von sechs Regionallagern aus. Durch diese regionale Verankerung reduziert SPAR im Vergleich zu Zentrallagern die Transportstrecken deutlich. Frischwaren wie Obst und Gemüse, Milchprodukte und auch Fleisch aus den regionalen TANN-Fleischwerken gelangen so auf sehr kurzem Weg vom Produzenten in den Markt, ohne Umwege quer durch Österreich. Lokale Lieferanten wie Bäcker aus der direkten Umgebung der Märkte beliefern die Supermärkte auch direkt.

Eines der nachhaltigsten Lager Österreichs

Zusätzliche Einsparungen wird das in Bau befindliche Lager in Ebergassing bringen. Ab Mitte 2016 werden alle Wiener Märkte von Ebergassing anstatt von St. Pölten aus beliefert, und somit werden 900.000 Lkw-Kilometer bzw. 654 Tonnen CO₂ jährlich eingespart. Bereits vor Aufnahme des Vollbetriebs hat







das Lager in Ebergassing die ÖGNI-Vorzertifizierung in Gold für Bau und Betrieb erhalten, und zählt schon jetzt zu den innovativsten und umweltfreundlichsten Lagern seiner Art.

Moderner Fuhrpark

SPAR arbeitet laufend an der Verbesserung des Fuhrparks. SPAR hat als erster Händler im DACH-Raum bereits 2011 einen Vollhybrid-Lkw in Betrieb genommen, schult laufend Fahrer in spritsparender und sicherer Fahrweise und stellt seit 2013 die Lkw-Flotte auf Euro-6-Lkws um, die bei den Feinstaub- und Stickoxidwerten beinahe emissionsfrei sind. Ein Drittel der Lkw entsprechen dieser derzeit strengsten Euro-Norm bereits, 2016 werden weitere 19 Euro-3- gegen Euro-6-Lkws ausgetauscht. Die Koordination der Lkws übernimmt seit 2014 ein digitales Dispositionssystem, mit dem Routen optimal geplant, Abweichungen erkannt und Fahrerschulungen veranlasst werden. Das vom klima:aktiv-Programm geförderte System spart jährlich über 230 Tonnen CO₂ ein.

"Letzte Meile"

Laut einer Studie von Global 2000 und der Plattform Footprint entfallen bis zu 90 Prozent des ${\rm CO_2}$ -Fußabdrucks bei Lebensmitteln (inkl. Herstellung, Transport, Lagerung und Verkauf) auf den Einkaufsweg, also die "letzte Meile" vom Supermarkt bis zum Haushalt. Der Hauptgrund liegt in der Vielzahl der Kunden, die mit dem Auto einkaufen fahren. Im Gegensatz dazu erfolgt die Belieferung der Märkte mit wenigen Lkw-Fahrten pro Tag. Mit der im Europavergleich zweithöchsten Dichte an Lebensmittelmärkten wirkt der österreichische Handel langen Einkaufswegen schon entgegen. Mit über 1.600 SPAR-Standorten in Österreich ist SPAR in fast jeder Gemeinde vertreten und bietet damit echte Nahversorgung. Zusätzlich fördert

SPAR ökologische Wege für den individuellen Einkauf. An allen SPAR-Standorten, auf denen Freiflächen zur Verfügung stehen, bietet SPAR Fahrradständer. An insgesamt über 120 E-Tankstellen für E-Bikes und E-Autos können Kunden während des Einkaufs ihre Fahrzeuge laden.

Ökologischer Lieferservice

Nach der Lieferbox in Salzburg hat SPAR 2015 auch in Wien einen ökologischen Lieferservice gestartet. In rund 20 SPAR-Gourmet-Märkten können sich Kunden den Einkauf nach Hause liefern lassen. Das Besondere an diesem Service von Wien Work, AMS und SPAR: Er verbindet soziale und ökologische Aspekte. Den Einkauf liefern nämlich ehemals "Langzeitarbeitslose" mit dem E-Bike. Das Projekt "Michl's bringt's" ist Teil des vom AMS Wien geförderten sozialökonomischen Betriebs Michl's und bietet speziell für die Zielgruppe 50+ eine Möglichkeit, wieder im Erwerbsleben Fuß zu fassen.





Klimaschutz serienmäßig

SPAR-Supermärkte sind Unikate. Denn SPAR baut keine Supermärkte "von der Stange", sondern passt gemeinsam mit lokalen oder regionalen Architekten, Baumeistern und Handwerkern jeden Markt den örtlichen Gegebenheiten an. Trotz Einzigartigkeit basieren alle neuen und komplett modernisierten Märkte auf dem SPAR-Bauhandbuch, das als erstes Bauhandbuch österreichs von der Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI) serienzertifiziert wurde. Jeder SPAR-Standort, der nach den Vorgaben dieses Bauhandbuchs errichtet und ausgestattet wurde, erhält das

international anerkannte ÖGNI-Zertifikat in Gold und ist damit ein Klimaschutz-Supermarkt. Klimaschutz-Supermärkte waren bisher Vorzeigeprojekte zum Testen neuer Technologien, die nun in allen SPAR-Märkten Anwendung finden.

Das SPAR-Bauhandbuch beinhaltet neben technischen Vorgaben zur Architektur, verwendeten Materialien und eingesetzten Technologien auch soziale Aspekte für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Barrierefreiheit für Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Klimaschutz-Supermärkte sparen durch umweltbewusste Architektur im Passivhausstandard, moderne Kühltechnik mit Wärmerückgewinnung und LED-Beleuchtung mindestens 50 Prozent Energie im Vergleich zu einem durchschnittlichen Standort ein. Pro Jahr werden bis zu 50 neue und modernisierte Standorte zu energie- und CO₂-sparenden Klimaschutz-Märkten. Die Klimaschutz-Supermärkte haben auch einen wichtigen Beitrag dazu geleistet, dass der Gesamtenergieverbrauch bei SPAR erstmals auch absolut um drei Prozent gefallen ist. Im Vergleich zu 2013 verbrauchte SPAR in Österreich 2015 um 19 GWh weniger Energie.

TIEFKÜHLUNG

In den modernen Tiefkühlgeräten von SPAR sind die SPAR Natur*pur **Bio-Garnelen** hinter Glastüren geschützt und werden von LED-Spots beleuchtet. Das spart doppelt Energie.







GESELLSCHAFT

In SPAR-Märkten treffen täglich über eine Million Menschen aufeinander – Mitarbeiter, Genießer, Gourmets, Familien, Singles und viele mehr. Für ihre Zufriedenheit beim Einkauf und ihre gesunde Ernährung fühlt sich SPAR verantwortlich.



Kundenerwartungen übertreffen

Kundinnen und Kunden haben zu Recht eine hohe Erwartung an die Dienstleistungen und Produkte, die SPAR anbietet. Aus Rückmeldungen und mit Hilfe von Kundenbefragungen lässt sich die Zufriedenheit mit Produkten, Mitarbeitern und Märkten erkennen. SPAR nimmt diese Rückmeldungen daher ernst und arbeitet laufend an Verbesserungen im Angebot und in der Kommunikation gegenüber allen Kunden.

44.000 Kundenreaktionen hat das SPAR Service Team 2015 beantwortet und dabei ausgezeichnete Arbeit geleistet, wie der erste Platz bei der Vergabe der Customer Care Awards 2015 in der Kategorie Lebensmittelhandel beweist. Zusätzlich zur Berücksichtigung direkter Rückmeldungen lässt SPAR im Zweijahres-Rhythmus vom Marktforschungsinstitut GfK das

Image von SPAR im Vergleich zu anderen Händlern erheben. Bei der letzten Befragung 2014 hat sich die Erwartungshaltung der Kunden im Vergleich zu 2012 erneut erhöht. Die Kriterien mit dem größten Zuwachs an Bedeutung sind sehr gute Qualität/Frische bei Frischwaren und ein großes Angebot an Bio-Produkten bzw. regionalen Produkten. Besonders bei den für Nachhaltigkeit wichtigen Aspekten gute Erreichbarkeit (60 Prozent), Angebot an Bio-Produkten (SPAR 42 Prozent, INTERSPAR 52 Prozent) und großes Angebot an regionalen Produkten (SPAR 38 Prozent, INTERSPAR 43 Prozent) erreichten SPAR und INTERSPAR Spitzenwerte. In der Zusammenfassung aller Faktoren, die für die Kunden relevant sind (Gesamtperformance), verzeichnete INTERSPAR vor einem Diskonter und der SPAR-Dachmarke das größte Kundenvertrauen.

Nachhaltigkeit näherbringen

SPAR setzt nicht nur selbst nachhaltige Maßnahmen für Menschen und Umwelt, sondern möchte auch das Bewusstsein aller Kunden im Hinblick auf eine nachhaltigere Lebensweise stärken. Dazu gehört die Information über nachhaltige Produkte ebenso wie der Aufruf zu nachhaltigem Verhalten.

SPAR produziert eine Vielfalt an Informationsmedien. Das sechsmal jährlich erscheinende Kundenzeitschrift SPAR Mahlzeit! mit den Schwerpunkten Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit und das regelmäßige "grüne Flugblatt" mit ausschließlich nachhaltigen Produkten und Hintergrundstorys informieren Kunden direkt und ausführlich. Auf spar.at/nachhaltigkeit veröffentlicht SPAR laufend aktuelle Maßnahmen und Projekte. Und bei Veranstaltungen stellen sich Verantwortliche von SPAR auch direkt den Fragen von Kunden.

Das Bewusstsein für die Bedeutung des Umweltschutzes und einer gesunden Ernährung kann bereits im Kindesalter gestärkt werden. Daher engagiert sich SPAR gemeinsam mit dem Verein SIPCAN an Schulen, um mit Kindern und Jugendlichen über den Aspekt Gesundheit bei der Ernährung ins Gespräch zu kommen. Über 52 Buffets an Wiener Schulen be-

liefert SPAR mit gesunden Produkten zum Selbstkostenpreis. Zudem haben SPAR und SIPCAN 2015 400 Schulkinder in "Karls Garten" in Wien eingeladen, um dort den Unterricht zur Herkunft von Lebensmitteln und zu biologischer Landwirtschaft praxisnah zu gestalten. Die 10- bis 14-Jährigen erfuhren nicht nur, wie man in der Großstadt sein eigenes Gemüse und Obst anbauen kann, sondern auch, welche Sorten sich dafür am besten eignen. Im Vordergrund standen alte Sorten- und Samenraritäten. Für SPAR mit ein Grund, das Projekt zu unterstützen, denn SPAR revitalisiert unter der Eigenmarke SPAR wie früher seit Jahren in Vergessenheit geratene Pflanzen und Samen und setzte sich 2014 gegen die geplante EU-Saatgutverordnung ein.

KLEINE WERBESTARS

Die SPAR **Cherrytomaten** aus Humusanbau haben eine eigene Werbekampagne erhalten, damit auch Kunden erfahren, dass der Anbau dieser Tomaten das Klima schützt.







Gemeinsam Gutes tun

SPAR gibt nicht nur Lebensmittel im Wert von mehreren Millionen Euro an Sozialorganisationen weiter, sondern unterstützt ausgewählte Hilfsorganisationen auch finanziell. Der Fokus des SPAR-Förderprogramms liegt auf Sozialsponsoring und auf der langfristigen Zusammenarbeit mit etablierten österreichischen Hilfsorganisationen, die sich um die Schwächsten der Gesellschaft kümmern: Kinder und Menschen mit Behinderungen. Durch Verkaufsaktionen und mit Spenden von SPAR selbst konnten 2015 insgesamt über 994.000 Euro an soziale Institutionen übergeben werden.

Rettet das Kind Österreich

Die siebte SPAR Stickermania war auch 2015 ein voller Erfolg. SPAR bereitet aber nicht nur stickersammelnden Kindern eine Freude damit, sondern auch jenen, die Hilfe benötigen. Aus dem Verkaufserlös der Stickeralben und blauen Sticker-Briefchen spendete SPAR 2014 und 2015 jeweils 30.000 Euro an die Organisation Rettet das Kind Österreich, die damit Behindertenarbeit, die Betreuung sozial gefährdeter Kinder, die Vermittlung von Patenschaften bis hin zur Einzelfallhilfe für Familien in Not finanziert. Zusätzlich rund 7.500 Euro brachte der Verkauf der REGIO-Tee-Adventkalender zugunsten von Rettet das Kind ein.

SOS-Kinderdorf Österreich

INTERSPAR, das größte Tochterunternehmen von SPAR Österreich, ist Exklusiv-Kooperationspartner des SOS-Kinder-



dorfs im Lebensmittelhandel. Seit 2004 unterstützte INTERSPAR die SOS-Kinderdörfer in ganz Österreich mit bisher 1.061.000 Euro. Seit 2008 übernimmt der jeweils nächstgelegene INTERSPAR-Hypermarkt die Hauspatenschaft für eines der zehn österreichischen Kinderdörfer bzw. für das SOS-Kinderdorf-Jugendwohnen in Vorarlberg. 2015 wurde neben den Hauspatenschaften auch das Bildungsprogramm von SOS-Kinderdorf in Österreich mit 90.000 Euro unterstützt.

Flüchtlingshilfe

Zahlreiche Menschen sind im vergangenen Jahr vor Krieg und Vertreibung nach Österreich geflohen und finden hier eine neue, sichere Heimat. 2015 hat der SPAR-Vorstand 250.000 Euro zugunsten der Soforthilfe für Asylsuchende Integrationsprojekte freigegeben. Die gleiche Summe ist für 2016 geplant.

Licht ins Dunkel

SPAR ist einer der größten Überbringer von Spenden an die österreichische Hilfsaktion. SPAR spendete auch 2015 den Erlös aus dem Verkauf der Licht-ins-Dunkel-Produkte an die Hilfsaktion. Die insgesamt knapp 338.000 Euro kommen zum Teil sozialen Organisationen zugute, die von den SPAR-Zentralen ausgewählt werden. Ein Großteil fließt in den Licht-ins-Dunkel-Soforthilfefonds, der bedürftigen Familien



Das Unternehmen

Im Jahr 1954 von Hans F. Reisch gemeinsam mit 100 selbstständigen Kaufleuten in Tirol gegründet, ist SPAR heute von
Vorarlberg bis ins Burgenland flächendeckend vertreten. Die
SPAR-AG ist im Laufe ihrer Geschichte zu einem mitteleuropäischen Handelskonzern, fest verwurzelt in Österreich, gewachsen. Die Besonderheit von SPAR ist, dass sich das Unternehmen noch immer in Familieneigentum befindet und damit ein
zu 100 Prozent privates österreichisches Unternehmen ist. Die
Anteile halten zum größten Teil jene Familien, die bei der Gründung der SPAR-AG im Jahr 1970 ihre Betriebe in das Unternehmen eingebracht haben. Mitglieder dieser Familien führen
das Unternehmen noch heute: Die Nachkommen der Gründerväter und Eigentümerfamilien bilden den SPAR-Vorstand.

Sitz im Herzen Europas

Der Unternehmenssitz von SPAR befindet sich seit 1970 in Salzburg. Damit liegt die Hauptzentrale geografisch wie wirtschaftlich im Herzen Europas. Für die Betreuung und Belieferung der österreichischen SPAR-Standorte in der jeweiligen Region verantwortlich sind die sechs Regionalzentralen in Dornbirn (Vbg.), Wörgl (T), Marchtrenk (OÖ), St. Pölten (NÖ), Graz (Stmk.) und Maria Saal (Ktn.). Diese aus der Geschichte gewachsene und regional verankerte Struktur ist einzigartig

und erweist sich bis heute als Wettbewerbsvorteil von SPAR. In Österreich betreibt SPAR 700 eigene Filialen und beliefert 784 Märkte eigenständiger SPAR-Kaufleute.

Größter privater österreichischer Arbeitgeber

Mit 38.967 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist SPAR der größte Arbeitgeber des Landes in österreichischem Privatbesitz. Zudem bietet SPAR 2.700 Lehrplätze in Österreich an und betreibt zur Ausbildung eine eigene private Berufsschule in Wien.

Kerngeschäft Lebensmittelhandel

Das Kerngeschäft von SPAR ist und bleibt der Lebensmittelhandel in Österreich. Mit mehr als 1.600 Standorten versorgt SPAR das ganze Land täglich mit besten Lebensmitteln. Sowohl in den großen Städten als auch in den nur wenige hundert Einwohner zählenden Gemeinden trägt SPAR maßgeblich zur flächendeckenden modernen Nahversorgung Österreichs bei. Der Brutto-Verkaufsumsatz von SPAR Österreich (inkl. selbstständige SPAR-Kaufleute) stieg im Jahr 2015 auf 6,1 Milliarden Euro, was ein starkes Wachstum von +3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Somit konnte SPAR unter den Vollsortimentern das sechste Jahr in Folge das höchste Wachstum erzielen.





SPAR bietet bis zu 50.000 Artikel pro Standort an. Das Sortiment umfasst Marken der Lebensmittelindustrie ebenso wie landwirtschaftliche Produkte direkt vom Bauern und SPAR-Eigenmarken. Rund 3.500 Eigenmarkenartikel finden sich mittlerweile in den Regalen. Die wichtigsten Eigenmarken sind S-BUDGET, SPAR Natur*pur, SPAR PREMIUM, SPAR Vital, SPAR free from sowie SPAR enjoy. Zudem stellt SPAR in eigenen Produktionsbetrieben selbst Lebensmittel her. Dazu zählen die REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung in Marchtrenk, sechs TANN-Werke für Fleisch- und Wurstspezialitäten, das WEINGUT SCHLOSS FELS und acht INTERSPAR-Frischebäckereien. Die 70 Hypermärkte von INTERSPAR und Maximarkt sowie ausgewählte EUROSPAR-Märkte führen zusätzlich ein Sortiment an Non-Food-Produkten des täglichen Bedarfs.

Vom österreichischen Handelsunternehmen zum mitteleuropäischen Handelskonzern

Die SPAR Österreich-Gruppe ist im Lebensmittelhandel auch in den benachbarten Ländern Italien, Kroatien, Slowenien und Ungarn tätig. Shopping-Center besitzt und managt das Tochterunternehmen SES Spar European Shopping Centers zusätzlich auch in Tschechien, und der Sport- und Modefachhändler Hervis ist zudem auch in Rumänien und Bayern tätig. Insgesamt erwirtschaftete die SPAR Österreich-Gruppe im Inund Ausland einen Brutto-Verkaufsumsatz von 13.18 Milliarden. Euro und beschäftigt 74.942 Mitarbeiter an 3.004 Standorten. Die Einbindung der Unternehmen mit Standort im Ausland in den Nachhaltigkeitsbericht ist für die nächsten Jahre geplant.

Berichtsgegenstand

Gegenstand dieses Berichtes ist die SPAR Österreichische Warenhandels-AG mit ihrer Tochtergesellschaft INTERSPAR GmbH inklusive Maximarkt, also der Lebensmittelhandel von SPAR Österreich. Der Bericht konzentriert sich auf den Handel mit und die Produktion von Lebensmitteln, weil dies der absolute Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit ist. Der vorliegende Bericht umfasst daher auch die SPAR-eigenen Produktionsbetriebe REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung, die sechs TANN-Fleischwerke, das WEINGUT SCHLOSS FELS und die INTERSPAR-Frischebäckereien sowie die Organisationseinheiten SPAR Business Service und die SPAR-Werbegesellschaft MULTITAKT. Die selbstständigen SPAR-Einzelhändler sind nicht inkludiert. Auch über die Tochterunternehmen Hervis und SES (siehe SPAR Jahresbericht 2015, Umschlag) wird nicht berichtet, da deren Geschäftsstruktur eine Eingrenzung auf Österreich nicht zulässt. Aufgrund der Datenqualität ist der Bericht auf Österreich beschränkt. Eine eigenständige interne Berichterstattung über weitere Teile der SPAR Österreich-Gruppe ist für das Jahr 2016 geplant, eine Konsolidierung der Daten in einem Konzern-Gesamtbericht für das Jahr 2017. Ab dem Jahr 2017 soll die Berichterstattung für Österreich im Jahresrhythmus stattfinden, bis dahin im Zweijahres-Zyklus.

Dies ist der zweite veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht, der vorgelegt wird. Er beschreibt die Entwicklung und den aktuellen Stand der Nachhaltigkeits- und CSR-Aktivitäten des Unternehmens in den Kalenderjahren 2014 und 2015.

Alle ökonomischen Kennziffern sind in der veröffentlichten Unternehmensbilanz und im Geschäftsbericht 2015 nachzulesen. http://www.spar.at/de_AT/index/unternehmen/daten_fakten.html

An den Vorstand der SPAR Österreichische Warenhandels-AG

Unabhängiger Bestätigungsbericht

Unabhängige Prüfung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts 2014/15 der SPAR Österreichische Warenhandels-AG

AUFTRAGSGEGENSTAND

Wir wurden von der SPAR Österreichische Warenhandels-AG mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend "Prüfung") der Aussagen und Daten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2014/15 (nachfolgend "Berichterstattung") der SPAR Österreichische Warenhandels-AG, nach der GRI G4 KERN Option erstellt, beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Berichterstattung wie folgt:

▶ "Nachhaltigkeitsbericht 2014/15" im pdf-Format, bezüglich der Angaben und Verweise vom GRI Index in die Berichterstattung.

Im Bericht wurden die im GRI Index angeführten Verweise, jedoch nicht darüber hinaus gehende weitere (Web-)Verweise, geprüft.

Unsere Prüfungshandlungen wurden gesetzt, um eine begrenzte Prüfsicherheit als Grundlage für unsere Beurteilung zu erlangen. Der Umfang der Prüfungshandlungen zur Einholung von Prüfungs-nachweisen ist geringer als jener für hinreichende Prüfsicherheit (wie beispielsweise bei einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

EINSCHRÄNKUNGEN DES PRÜFAUFTRAGES

- ► Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in die Berichterstattung überprüft.
- ▶ Gegenstand unseres Auftrags war weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner weiteren Prüfung unterzogen. Wir überprüften die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung.
- ▶ Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auf-
- ► Ebenso war weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger doloser Handlungen, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrags

Wir beurteilten die Informationen in der Berichterstattung auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2014/15 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend "die Kriterien"): ► GRI G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung¹.

Wir gehen davon aus, dass diese Kriterien für die Durchführung unseres Prüfauftrags angemessen sind.

VERANTWORTUNG DES MANAGEMENTS

Das Management der SPAR Österreichische Warenhandels-AG ist für die Erstellung der Berichterstattung sowie für die darin enthaltenen Informationen, in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien, verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Entwicklung, Implementierung und Sicherstellung von internen Kontrollen. Diese sind für die Erstellung der Berichterstattung maßgeblich, um wesentliche falsche Angaben auszuschließen.

UNSERE VERANTWORTUNG

Unsere Verantwortung besteht darin, ein Urteil über die Informationen in der Berichterstattung auf Basis einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Prüfauftrag unter Beachtung des "International Federation of Accountants' ISAE 3000"2 - Standards sowie des von der "International Federation of Accountants" (IFAC) herausgegebenen "Code of Ethics for Professional Accountants" - worin Regelungen zu unserer Unabhängigkeit enthalten sind - geplant und durchgeführt.

Gegenstand unserer Leistung ist es nicht, Interessen spezifischer Dritter zu berücksichtigen. Sie dient daher ausschließlich dem Auftraggeber und nur für dessen Zwecke. Sie ist somit nicht darauf ausgerichtet und dazu bestimmt, Dritten als Entscheidungsgrundlage zu dienen.

Gemäß der "Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe"³ ist unsere Haftung beschränkt. Demnach haftet der Berufsberechtigte nur für vorsätzliche und grob fahrlässig verschuldete Verletzungen der übernommenen Veroflichtungen. Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die maximale Haftungssumme gegenüber der SPAR Österreichische Warenhandels-AG und etwaigen Dritten insgesamt EUR 726.730.

UNSERE VORGEHENSWEISE

Wir haben alle erforderlichen Prüfungshandlungen durchgeführt, um eine ausreichende und geeignete Basis für unser Urteil sicherzustellen. Die Prüfung wurde am Hauptsitz der Gesellschaft in Salzburg durchgeführt. Wesentliche Prüfungshandlungen von uns waren:

- ▶ Erlangung eines Gesamtüberblicks zur Unternehmenstätigkeit sowie zur Aufbauund Ablauforganisation des Unternehmens;
- Durchführung von Interviews mit Unternehmens-verantwortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen, welche die Erhebung der Informationen für die Berichterstattung unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Berichterstattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;
- Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung in der Berichterstattung;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Durchführung von Standortbegehungen in Salzburg, Fels am Wagram und Alland, um Nachweise zu Leistungskennzahlen zu erhalten. Darüber hinaus führten wir stichprobenartige Datenprüfungen auf Standortebene hinsichtlich Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Aktualität durch;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet worden sind. Dies umfasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verlässlicher und vollständiger Art und Weise berichtet worden sind;
- ▶ Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen worden sind, über welche in externen Medien Bericht erstattet worden ist und zu welchen wesentliche Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von SASB4 und GRI:
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen in der Berichterstattung auf Basis der GRI G4 Berichtsgrundsätze und
- ▶ Beurteilung, ob für die KERN-Option die GRI G4 Leitlinien konform angewendet wurden.

UNSERE BESTÄTIGUNG

Auf Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Informationen in der Berichterstattung nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Wien, 6. Juni 2016 ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

ppa. Christine Jasch e.h.



¹ https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx

² International Federation of Accountants' International Standard for Assurance Engagements Other than Audits or reviews of Historical Financial Information (ISAE3000) effective for assurance statements dated after January 1, 2005

³ Fassung vom 21, Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Kapitel 8, http://www.kwt.or.at/de/PortalData/2/Resources/downloads/downloadsenter/AAB 2011 de.pdf

⁴ http://www.sasb.org/wp-content/uploads/2013/10/SASB-Conceptual-Framework-Final-Formatted-10-22-13.pdf



GRI-Index

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	AUSLASSUNGSGRUND	
STRATEGIE UND ANAL	YSE		•	
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers zu Nachhaltigkeit.	S.3, 10, 45f		
G4-2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen.	S.10f		
ORGANISATIONSPROF	il	•		
G4-3	Namen der Organisation.	S.46		
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen.	S.45		
G4-5	Hauptsitz der Organisation.	S.45		
G4-6	Anzahl und Namen der Länder, in denen die Organisation operiert.	S.45		
G4-7	Eigentumsverhältnisse und die Rechtsform.	S.45		
G4-8	Märkte, die bedient werden.	S.45		
G4-9	Größe der Organisation.	S. 26, 45	Betreffend der Unternehmensumsätze verweisen wir auf den Jahresfinanz-	
u+3	urose ter organisation.	0. 20, 40	bericht 2015: http://lbi.lty/1/XgyijS. Auf Ebene der Systemgrenzen des Nachhaltigkeitsbericht wird keine konsolidierte Darstellung der Bilanzdaten vorgenommen. Demnach wird über die Kapitalisierung nicht berichtet.	
G4-10	Gesamtzahl der Beschäftigten.	S.26		
G4-11	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind.	100 %, da in Österreich ges	etzlich geregelt.	
G4-12	Lieferkette der Organisation.	S.12ff		
G4-13	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraumes.	keine		
G4-14	Behandlung des Vorsorgeansatzes oder des Vorsorgeprinzips.	S.10		
G4-15	Unterstützung für extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen.	WWF Climate Group, ARGE Gentechnik-frei, GLOBAL G.A.P., Verein Donau Soja, ÖGNI, Fur Free Retailer, Verein Arche Noah, RSPO		
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessensverbänden.	WKÖ, SPAR International, re	spACT	
ERMITTELTE WESENTI	LICHE ASPEKTE UND GRENZEN			
G4-17	Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind.	S.45f www.spar.at/unternehmen		
G4-18	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung des Aspekts.	S.6f		
G4-19	Wesentliche Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden.	Im Wesentlichkeits-Workshop definierte und priorisierte Aspekte, die für Stakeholder von SPAR wichtig sind: Beschaffung, Energie, Emissionen, Abfall, Produkte und Dienstleistungen, Transport, Vielfalt und Changen- gleichheit, Gleichbehandlung, Korruptionsbekämpfung, wettbewerbswidriges Verhalten, Compliance (S08), Kundengesundheit- und Sicherheit, Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen, Compliance (PR 9)		
G4-20	Wesentliche Aspekte und deren Abgrenzung innerhalb der Organisation.	Alle unter G4-19 aufgeführten Aspekte werden für die unter G4-6 aufgeführten Unternehmen berichtet und sind für diese wesentlich.		
G4-21	Wesentliche Aspekte und deren Abgrenzung außerhalb der Organisation.	Die Aspekte des Nachhaltigkeitsberichts wurden anhand ihrer Auswirkungen auf interne und externe Stake- holder (siehe auch S.6–7) priorisiert und deshalb in diesen Bericht aufgenommen. Auswirkungen sind in den jeweiligen Kapiteln beschrieben.		
G4-22	Auswirkung jeder Neudarstellung einer Information aus früheren Berichten und die Gründe für solche Neudarstellungen.	keine Neudarstellungen, zusätzliche Darstellung der Krankheitstage im Zeitverlauf		
G4-23	Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen.	S.45 Aktualisierung der Wesentlic	hkeitsanalyse, keine relevante Veränderung der Aspekte	
EINBINDUNG VON STA	KEHOLDERN			
G4-24	Von der Organisation eingebundene Stakeholdergruppen.	S.6		
G4-25	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden werden sollen.	S.6		
G4-26	Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern.	S.6		
G4-27	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind.	S.6		
BERICHTSPROFIL				
G4-28	Berichtszeitraum	S.46		
G4-29	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts.	Mai 2014		
G4-30	Berichtszyklus	S.46		
G4-31	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte.	S.52		
G4-32	a. Nennen Sie die von der Organisation gewählte "In Übereinstimmung"-Option. b. Nennen Sie den GRI-Index für die gewählte Option.	a. Core b. S.48		
G4-33	Verfahrensweise und gegenwärtige Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts.	S.47 Zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit sowie Vergleichbarkeit wurde der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsges.m.b.H. einer Prüfung mit begrenzter Prüfsicherheit unterzogen.		

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	AUSLASSUNGSGRUND		
UNTERNEHMENSFÜHRUNG					
G4-34	Führungsstruktur der Organisation.	S.5			
G4-36	Position auf Vorstandsebene oder Position mit Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen.	S.5			
ETHIK UND INTEGRITÄT					
G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen	S.3, 4 Für den konzernalen Einkauf und das Sortimentsmanagement liegen verbindliche Verhaltensrichtlinien vor. Ein Code of Conduct ist für Mitarbeiter zugänglich.			

ÖKOLOGISCH

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	AUSLASSUNGSGRUND	
G4-DMA	Angaben zum Management-Ansatz	Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse erfolgte die Evaluierung der wesentlichen Aspekte siehe S.7. SPAR hat ein Abfallwirtschaftskonzept und ein Energiemanangementsystem nach ISO50001 im Einsatz Außerdem wurde beschlossen schrittweise ein Umweltmanagementsystem nach ISO15001 einzuführen, unsere Ziele fiz 2016 finden Sie auf S.8.		
ENERGIE*				
G4-EN 3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation.	S.34f, 36		
G4-EN 5	Energieintensität	S.34f, 36		
G4-EN 6	Verringerung des Energieverbrauchs.	S.34f, 36		
BIODIVERSITÄT				
G4-EN 11	Eigene oder gemietete Standorte, betrieben in oder angrenzend an Schutzgebiete(n) und Gebiete(n) mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten	SPAR baut seit 2015 ein Ware	enlager in Ebergassing, angrenzend an ein Natura-2000-Schutzgebiet.	
G4-EN 12	Beschreibung erheblicher Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität in Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten.	S.12, 16–19		
EMISSIONEN*				
G4-EN 15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S.34f, 36		
G4-EN 16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	S.34f, 36		
G4-EN 18	Intensität der THG-Emissionen.	S.34f, 36		
G4-EN 19	Reduzierung der THG-Emissionen.	S.34f, 36		
G4-EN 20	Emissionen Ozonabbauender Stoffe	Seit 2013 setzt SPAR bei allen neuen Kälteanlagen auf Hybridanlagen mit R134A/R744, welche einen Ozon-Abbaufaktor von Null aufweisen.		
ABWASSER UND ABFA	ALL*			
G4-EN 23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode.	S.22 Alle Folien, Papier- und Kartonabfälle aller Standorte werden über die Logistik- Zentralen der Verwertung zugeführt.	Für Restmüll werden aufgrund unterschiedlicher Entsorger keine Daten erhoben.	
PRODUKTE UND DIEN	STLEISTUNGEN*			
G4-EN 27	Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen.	S.13–24		
G4-EN 28	Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungs- materialien nach Kategorie.	Gesetzlich müssen in Österreich 100 % der in Verkehr gebrachten Verpackungen einem Sammel- und Verwertungssystem (z. B. ARA) oder direkt der Verwertung zugeführt werden.		
COMPLIANCE				
G4-EN 29	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften.	Keine Verstöße im Berichtszeitraum.		
TRANSPORT*				
G4-EN 30	Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien sowie durch den Transport von Mitgliedern der Belegschaft.	S.38f Treibstoffverbrauch in Liter/m² Verkaufsfläche: 2010: 5,54, 2011: 5,39, 2012: 5,46, 2013: 5,38, 2014: 5,58, 2015: 5,55		
BEWERTUNG DER LIE	FERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE			
G4-EN 32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	S.12ff Ein Prozentsatz kann aufgrund	d der Vielzahl an Lieferanten nicht angegeben werden.	

^{*} Markierte Aspekte wurden als wesentlich eingestuft.



MILE	TC		A [7]		
WIR	115	ьπ	AFI	ш	υп

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	AUSLASSUNGSGRUND		
G4-DMA	Angaben zum Management-Ansatz	Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse erfolgte die Evaluierung der wesentlichen Aspekte siehe S.7. SPAR verfügt über eine Balanced Scorecard. Als eigentümergeführtes Unternehmen unterliegen wir eingeschrän Veröffentlichungsanforderungen.			
WIRTSCHAFTLICHE LE	WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG				
G4-EC 1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert.	www.spar.at/unternehmen	Wertschöpfungsrechnung ist für eine Aktiengesellschaft im Privateigentum nicht Bestandteil der Publikationspflicht und wird daher nicht berichtet.		
G4-EC 3	Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan.	S.32 In Österreich gesetzlich geregelt.			
MARKTPRÄSENZ					
G4-EC 5	Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an Hauptgeschäftsstandorten.	Einstiegsgehälter orientieren sich am Kollektivertrag und sind nicht geschlechtsspezifisch differenziert.			
BESCHAFFUNG*					
G4-EC 9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten.	S.10, 13ff			

GESELLSCHAFTLICH

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	AUSLASSUNGSGRUND	
G4-DMA	Angaben zum Management-Ansatz	Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse erfolgte die Evaluierung der wesentlichen Aspekte siehe S.7. Unser umfangreiches Engagement im Lieferantenmanagement mit den dahinterliegenden Produktzertifizierungen finden Sie auf S.16. Eine konzernale Antikorruptionspolitik, sowie das Compliancemanagement werden durc entsprechende Arweisungen und Maßnahmen abgesichert und gelten für alle Unternehmensbereiche (siehe weitere Ausführungen im GRI Index zu SO4 und SO8). Die einheitliche Soll-Ausbildung für alle Marktmitarbei ter wird auf S.29 ausgeführt. Unsere Ziele für 2016 finden Sie auf S.8.		
ARBEITSPRAKTIK	KEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG			
BESCHÄFTIGUNG				
G4-LA1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation.	S.26	Aufgrund geringer regionaler Unterschiede nicht getrennt nach Region aufgeführt.	
G4-LA2	Betriebliche Leistungen	S.27–29, 32		
ARBEITSSICHERHEIT U	IND GESUNDHEITSSCHUTZ			
G4-LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer- Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten.	In Österreich gesetzlich geregelt.		
G4-LA6	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle.	\$.28		
AUS- UND WEITERBILD	DUNG			
G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter.	S.29	Schulungsstunden werden nicht nach Geschlecht und Anstellung erfasst.	
G4-LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauern- den Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsausstieg unterstützen.	\$.27, 29–31		
G4-LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten.	100 Prozent. Mitarbeitergespräche mindestens einmal jährlich sind vorgeschrieben.		
VIELFALT UND CHANCE	ENGLEICHHEIT*			
G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie.	S.26		
GLEICHER LOHN FÜR F	RAUEN UND MÄNNER			
G4-LA13	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern.	Die Einstufung des Grundgehalts erfolgt gemäß Kollektivvertrag, der nicht geschlechtsspezifisch differenziert ist.		
BEWERTUNG DER LIEF	ERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN			
G4-LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden.	Der Großteil der Lieferanten im Kerngeschäft Lebensmittelhandel stammt aus europäischen Ländern, in denen Arbeitspraktiken gesetzlich geregelt und streng kontrolliert sind.		
MENSCHENRECH	ITE			
GLEICHBEHANDLUNG*				
G4-HR3	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen.	Es gab für 2014 und 2015 kein arbeitsrechtliches Verfahren im Zusammenhang mit Diskriminierungsvorfällen oder sexueller Belästigung. SPAR lebt in diesem Bereich eine Null-Toleranz-Politik.		
VEREINIGUNGSFREIHE	IT UND RECHT AUF KOLLEKTIVVERHANDLUNGEN			
G4-HR4	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Maßnahmen zum Schutz dieser Rechte.	In Österreich gesetzlich geregelt.		

GRI-INDIKATOF		SEITE/INFO AUSLASSU	NGSGRUND	
MENSCHENRE	СНТЕ			
BEWERTUNG DER L	JEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTEN			
G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden.	SPAR bezieht insgesamt 40.000 Produkte aus Österreich, wo Menschenrechtsverletzungen kein Thema sind. Bei internationalen Lieferanten besteht SPAR auf der Einhaltung von internationalen Standards je nac Produktkategorie, wie GLOBAL G.A.P., FAIRTRADE und GOTS.		
GESELLSCHAF	т			
LOKALE GEMEINSC	HAFTEN			
G4-S01	Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden.	Bei über 1.600 nicht möglich.	OStandorten und unzähligen Projekten ist eine Prozentangal	
KORRUPTIONSBEK	ÄMPFUNG*			
G4-S04	Information und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung.	Eine konzernale Antikorruptionspolitik wird durch entsprechende Anweisungen und Maßnahmen abgesichert und gilt in allen Bereichen. Die Einhaltung wird von der Revision laufend kontrolliert. Das "4-Augen-Prinzip" ist in allen Ebenen vorgegeben. Die Geschäftspartner werden zur Einhaltung der Antikorruptionsregelungen vertraglich verpflichtet. Seit 2012 wird die Ausrichtung der Compliance-Maßnahmen nach international geltenden Standards verfolg mit dem Ziel konzernal vereinheitlichter Compliance-Standards in allen Ländern, in denen SPAR tätig ist. Vor allem im Bereich Einkauf finden regelmäßige Schulungen und Tests zu wettbewerbs- und kartellrechtlichen Themen statt. Die erweiterte und aktualisierte 2. Auflage des Compliance-Handbuchs steht unmittelbar bevor		
G4-S05	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen.	Korruptionsfälle sind nicht bekannt		
WETTBEWERBSWIE	ORIGES VERHALTEN*			
G4-S07	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse.	www.spar.at/bwb (Stand der Website zum 19. Mai 2016)		
COMPLIANCE*				
G4-S08	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften.	www.spar.at/bwb (Stand der Website zum 19. Mai 2016)		
PRODUKTVER/	ANTWORTUNG			
KUNDENGESUNDHE	eit und -sicherheit*			
G4-PR1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswir- kungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	S.20f 100 % – SPAR ist gesetzlich verpflichtet, sicherzustellen, dass alle in Verkehr gebrachten Produkte gesun heitlich unbedenklich sind. Das SPAR-Qualitätsmanagement prüft laufend das gesamte Sortiment und fühzusätzlich anlassbezogen Schwerpunktkontrollen durch.		
G4-PR2	Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhal- tensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit.	Keine Verstöße im Berichtszeitraum.		
KENNZEICHNUNG V	ON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN*			
G4-PR3	Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organi- sation für Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind.	Der Lebensmittelhandel unterliegt umfangreiche schriften, deren Darstellung im Zuge des Nachh	en europäischen und österreichischen Kennzeichnungsvor- altigkeitsberichts den Rahmen sprengen würde.	
G4-PR4	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltens- regeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) und Dienstleistungen.	Es gibt keine signifikanten Vorfälle für Rechtsverstöße im Berichtszeitraum. Der weit überwiegende Bereich betrift Produktkennzeichnugsverpflichtungen von Hersteller- und Händlermarken, wie z.B. die Schriftgröße oder die Anordnung von Informationen auf dem Etikett. Die Strafsummen liegen in den einzelnen Fällen in de Regel unter 400 Euro.		
G4-PR5	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	S.42		
MARKETING				
G4-PR 7	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring, dargestellt nach Art der Folgen.	Vereinzelte Beanstandungen/Verfahren seitens des Mitbewerbers und Verbraucherorganisationen.		
SCHUTZ DER KUND	ENDATEN			
G4-PR 8	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten.	Keine Beschwerden im Berichtszeitraum bekann	nt.	
COMPLIANCE*				
G4-PR9	Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen.	Es gibt keine signifikanten Strafen für Rechtsver einzelnen Fällen in der Regel unter 400 Euro.	stöße im Berichtszeitraum. Die Strafsummen liegen in den	
BESCHAFFUNG				
G4-FP1	Prozent der von Lieferanten bezogenen Waren, die mit der Beschaffungspolitik des Unternehmens konform gehen.	Eigenmarken-Verträge enthalten die Referenz zu den BSCI-Standards. Diese werden jedoch nicht auditiert. Dies ist bei 100 % der Lieferanten von Eigenmarken-Produkten der Fall.		
G4-FP2	Prozent der von Lieferanten bezogenen Waren, die nachweislich nach glaubwürdigen, international anerkannten Standards zu verantwortungsvoller Produktion hergestellt werden.	S.16; Die Möglichkeit zur Erfassung nachhaltiger Aspekte von Produkten ist seit 2014 in den SPAR-Systeme gegeben. Seither werden laufend Informationen über Produkte bei Einlistung oder Überarbeitung vervollstän- digt. Eine Gesamtübersicht ist jedoch noch nicht gegeben.		
GESUNDE UND LEIS	STBARE NAHRUNG			
G4-FP4	Programme zur Förderung einer gesunden Lebensweise	S.13–24		
TIERWOHL				
G4-FP12	Strategie und Praxis zur Behandlung mit Antibiotika, Antiphlogistika, Hormonen und/oder wachstumsfördernden Mitteln.	S.20f Bei allen relevanten Produkten (Hühnermast, Eie	ar Flaisch) niht as Varaahan fiir Liafarantan	

^{*} Markierte Aspekte wurden als wesentlich eingestuft.



Herausgeber

SPAR Österreich-Gruppe Europastraße 3 5015 Salzburg

Für den Inhalt verantwortlich

Mag. Nicole Berkmann

Redaktion

Mag. Lukas Sövegjarto

Grafik & Produktion

Steinkellner & Schwarz Agentur für Kommunikation & Design, Salzburg Elisabeth Johansson, MA

Kontakt

Mag. Carmen Wieser, Head of CSR, carmen.wieser@spar.at
Mag. Nicole Berkmann, Leiterin konzernale PR und Information, nicole.berkmann@spar.at
DI Franz Hölzl, Leiter Nachhaltigkeit, franz.hoelzl@spar.at

Druck

Gugler, Melk/Donau

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