



NACHHALTIGKEITSBERICHT 2013

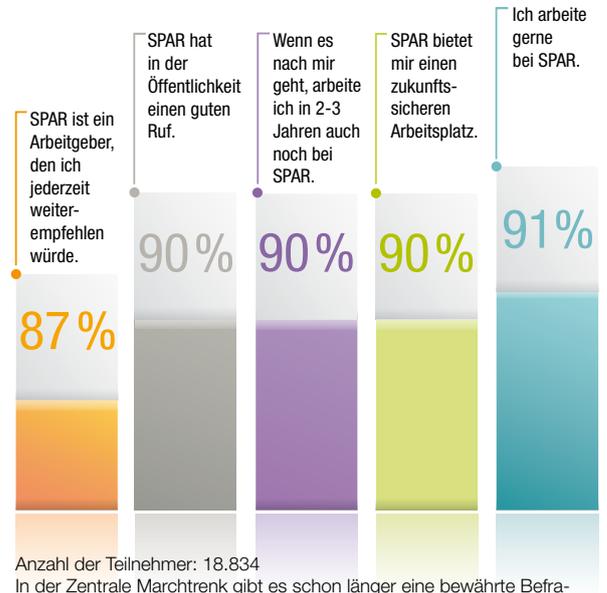
KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

Mitarbeiteranzahl und Fluktuation*

	AKTIV		AUSTRITTE		FLUKTUATION	
14-24 Jahre	3.423	8.075	1.318	2.415	38,5%	29,9%
25-34	1.987	6.377	421	1.263	21,2%	19,8%
35-44	1.691	6.461	181	833	10,7%	12,9%
45-54	1.589	6.523	131	552	8,2%	8,5%
55-99	663	1.621	57	151	8,6%	9,3%
Gesamt	38.410		7.322		19,06%	

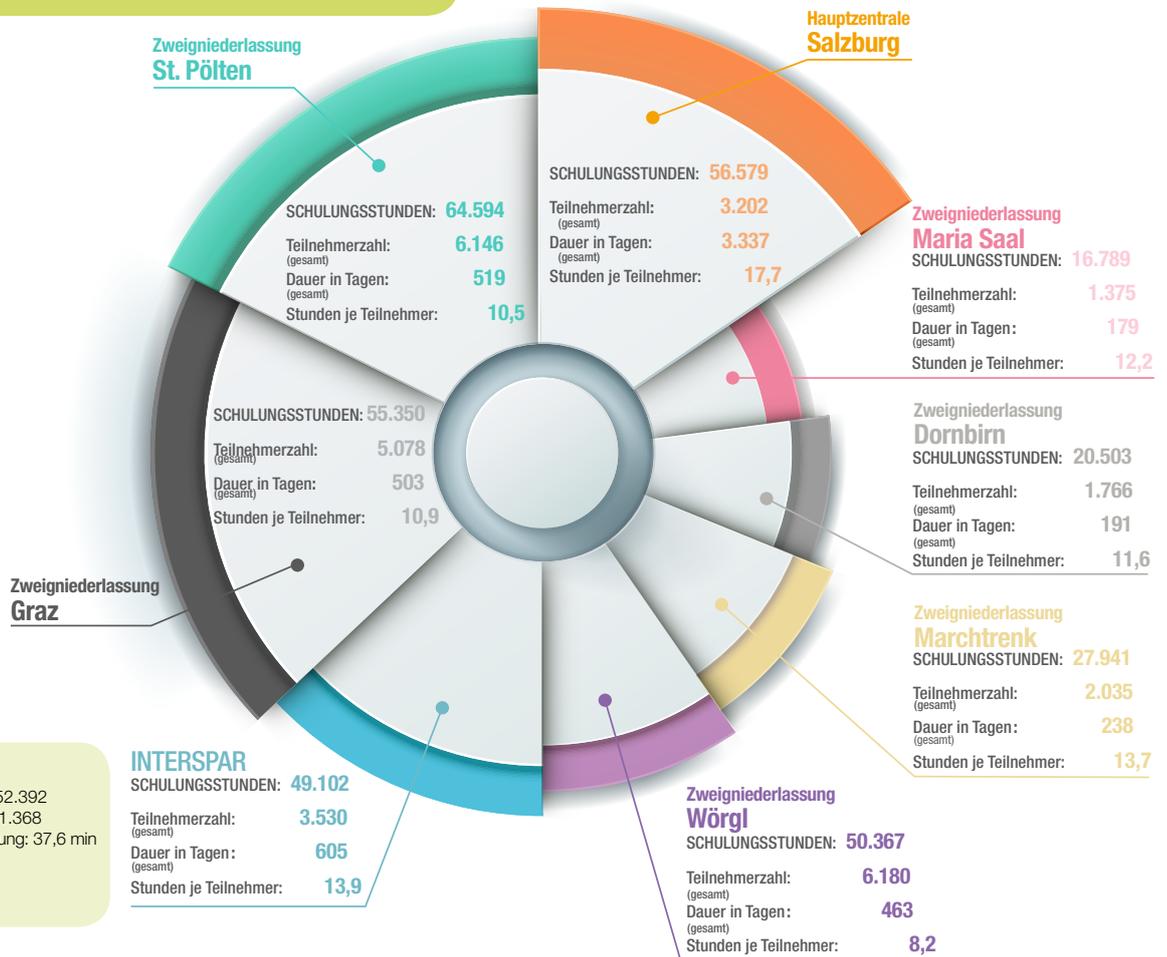
* Details siehe Seite 22.

Mitarbeiterbefragung 2012



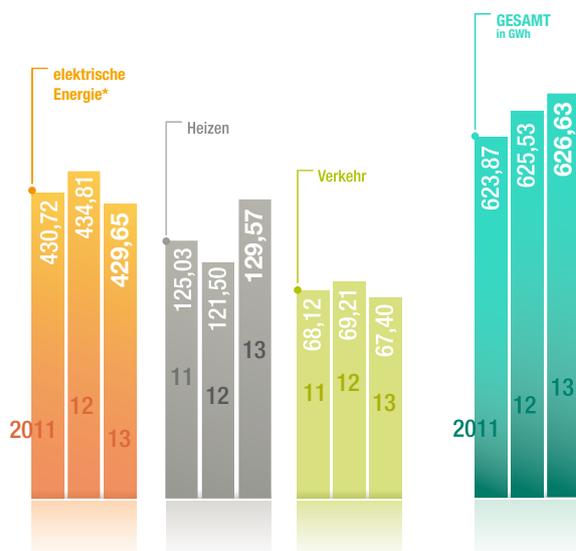
Anzahl der Teilnehmer: 18.834
 In der Zentrale Marchtrenk gibt es schon länger eine bewährte Befragung, diese Mitarbeiter sind hier nicht inkludiert.
 Die Rücklaufquote für 2012 war 77 Prozent für Österreich gesamt.

Ausbildungsstunden pro Mitarbeiter



E-LEARNING
 Anzahl Benutzersessions: 52.392
 Dauer in Tagen (gesamt): 1.368
 Durchschn. Dauer einer Sitzung: 37,6 min
 Betrachtungszeitraum:
 01.01.2013-31.12.2013

Energieverbrauch absolut in GWh



* laut E-Control erzeugen unsere Stromlieferanten 89% des gelieferten Stroms mit erneuerbaren Energiequellen (Wasser- und Windkraft, Photovoltaik)

Energieintensität

(Strom, heizen, Eigenfuhrpark) je m² Vkfl.



Direkte Treibhausgas-Emission

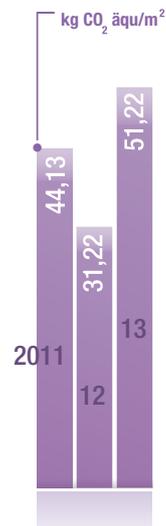
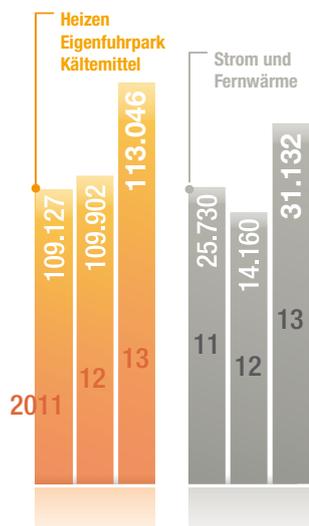
THG Bilanz SPAR Österreich Scope 1 in t CO₂ äqu

Indirekte Treibhausgas-Emission

THG Bilanz SPAR Österreich Scope 2 in t CO₂ äqu

CO₂-Fußabdruck (Scope 1+2)

aus Strom/Wärme* pro m² Verkaufsfläche in kg CO₂ äqu



Alle diese Werte wurden mit der Software SOFI ermittelt. SOFI ist eine von GRI zertifizierte Software von PE-International. (<https://www.globalreporting.org/reporting/reporting-support/certified-software-and-tools/Pages/default.aspx>)

Die wichtigsten GWPs in kg CO₂-equ, die hier verwendet wurden:

Strom 2012	0,0078371648	je MJ	Erdgas	0,056236	je MJ
Strom 2013	0,018781747	je MJ	R404a	3.922	je kg
Diesel	2.680,3846	je m ³	R134a	1.430	je kg
Heizöl	2.720	je m ³	Benzin	2.405,4029	je m ³
					1kWh = 3,6 MJ

Quelle: Werte für Strom stammen von den Stromlabels der Energieversorger VKW, TIWAG, Salzburg AG und Energie Steiermark, die übrigen Werte vom österreichischen Umweltbundesamt.



INHALT

- 3 VORWORT DES VORSTANDS**
- 4 UNSER AUFTRAG:**
Wir arbeiten am Supermarkt der Zukunft
- 6 DEFINITION:**
Was bedeutet „Nachhaltigkeit“ bei SPAR?
- 9 ZIELE:**
SPAR setzt Ziele
- 11 DAS SORTIMENT:**
Durch und durch österreichisch
Nachhaltige SPAR-Eigenmarken
Für den Erhalt der Sortenvielfalt
Nachhaltiger Fischfang
Tierwohl in der Nutztierhaltung
Insektenschutz durch Verwirrung
Gentechnikfreie Lebensmittel
Klimaschutz-Soja
Lebensmittel sind kostbar
Klimafreundliche Einkaufstaschen
- 21 MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER:**
Darf's ein bisschen mehr sein?
Entwicklungsmöglichkeiten bei SPAR
- 27 BAU & LOGISTIK:**
Der Supermarkt der Zukunft
Großes Unternehmen – großes Potenzial
Die Logistik
- 35 GESELLSCHAFT:**
Die Kunden – unsere Zielgruppe
SPAR setzt Zeichen: Förderprogramm
- 45 DAS UNTERNEHMEN**
- 46 IMPRESSUM**



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

60 JAHRE NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

„Nachhaltigkeit“ ist in den letzten Jahren ein Modewort geworden, mit dem sich Unternehmen gerne schmücken. Ausgewählte Nachhaltigkeitsprojekte sollen exemplarisch zeigen, wie verantwortungsvoll ein Unternehmen mit Umwelt, Mensch oder Gesellschaft umgeht. Für SPAR war und ist dieses Verhalten nicht an einzelne Projekte geknüpft, sondern seit der Gründung vor 60 Jahren eine Selbstverständlichkeit und gelebte Praxis in allen Unternehmensbereichen – lange bevor der Begriff „Nachhaltigkeit“ populär wurde. Dieser erste veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht fasst zum 60. Unternehmensjubiläum die Philosophie und Aktivitäten von SPAR in den Bereichen Sortiment, Umwelt und Gesellschaft zusammen. Die Schwerpunkte liegen auf den Maßnahmen des letzten Jahres: Wir haben uns besonders für die Sortenvielfalt eingesetzt, unsere Klimaschutz-Supermärkte ausgebaut, die Lebensmittelverschwendung eingedämmt und unser Fischsortiment umgestellt.

Nach unserem Verständnis handeln wir verantwortungsvoll, wenn wir gleichzeitig ökologische, soziale und ökonomische Ziele erreichen. SPAR ist ein ökonomisch handelndes Unternehmen, das, wie jedes andere Unternehmen auch, nach wirtschaftlichem Erfolg strebt. Jedoch ist es uns von SPAR wichtig, diesen Erfolg im

Einklang mit Umwelt und Gesellschaft zu erreichen. Nachhaltiges Handeln ist daher für SPAR Österreich eine Selbstverständlichkeit. Als größter österreichischer privater Arbeitgeber und als eines der größten Handelsunternehmen in Österreich tragen wir eine besonders hohe gesellschaftliche Verantwortung. Diese Rolle ist uns bewusst und wir versuchen daher, mit zahlreichen sozial und ökologisch wertvollen Aktivitäten Zeichen zu setzen und unserem gesellschaftlichen Auftrag mit Verantwortung nachzukommen.

Um die Nachhaltigkeit und Glaubwürdigkeit unserer Aktivitäten sicherzustellen, sind diese nicht nur sehr nah am Kerngeschäft – dem Lebensmittelhandel – angesiedelt, sondern bilden meist integrative Bestandteile. Sie umfassen die fünf Bereiche nachhaltige Produkte, gesunde Ernährung, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, gesellschaftliche Verantwortung sowie Umwelt. Alle Aktivitäten sind in die Unternehmensstrategie von SPAR integriert und tragen zur Erreichung der langfristig gesetzten Ziele des Konzerns bei. Denn nur wenn nachhaltige Aktivitäten auch dem Unternehmen nützen, können diese langfristig verfolgt und wirtschaftliche sowie soziale Werte geschaffen werden. Das führt letzten Endes zu einer sinnvollen Wertschöpfung für die Zukunft. Und genau diese streben wir an.

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





Klimaschutz-Supermarkt Linz-Froschberg (OÖ)

WIR ARBEITEN AM SUPERMARKT DER ZUKUNFT

Wie die Gesellschaft mit all ihren Facetten entwickelt sich auch der Handel ständig weiter. Bis in die 60er-Jahre stand die flächendeckende Versorgung aller Österreicherinnen und Österreicher mit ausreichenden, bezahlbaren und gesunden Lebensmitteln im Zentrum des Lebensmittelhandels. In den 70er-Jahren wurden erstmals Bedenken gegen den Einsatz von Pestiziden und die Überdüngung von Böden laut. Das Ozonloch und der schnelle Anstieg von CO₂ in der Atmosphäre führten uns in den 80er-Jahren vor Augen, wie klein die Welt geworden ist und welchen großen Einfluss die Produktion in allen Ländern auf die großen Ökosysteme hat. Zunehmendes Bewusstsein von Konsumenten über die Produktionsbedingungen von Lebensmitteln machte Bio-Produkte erstmals salonfähig und auch für weitere Käuferschichten interessant. Und seit den 2000er-Jahren spreizt sich weltweit eine Schere zwischen möglichst günstig und gleichzeitig möglichst gesund und nachhaltig produzierten Lebensmitteln.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN HANDEL

Heute sind die Lebensmittelproduktion und der Handel in Österreich zwar stark von Regionalität geprägt, werden jedoch von globalen Weltmarktentwicklungen und -preisen beeinflusst. Wetterextreme bedingt durch den Klimawandel werden in den kommenden Jahren immer stärkere Auswirkungen auf Erntemengen und damit Rohstoffpreise von Lebensmitteln haben. Schwan-

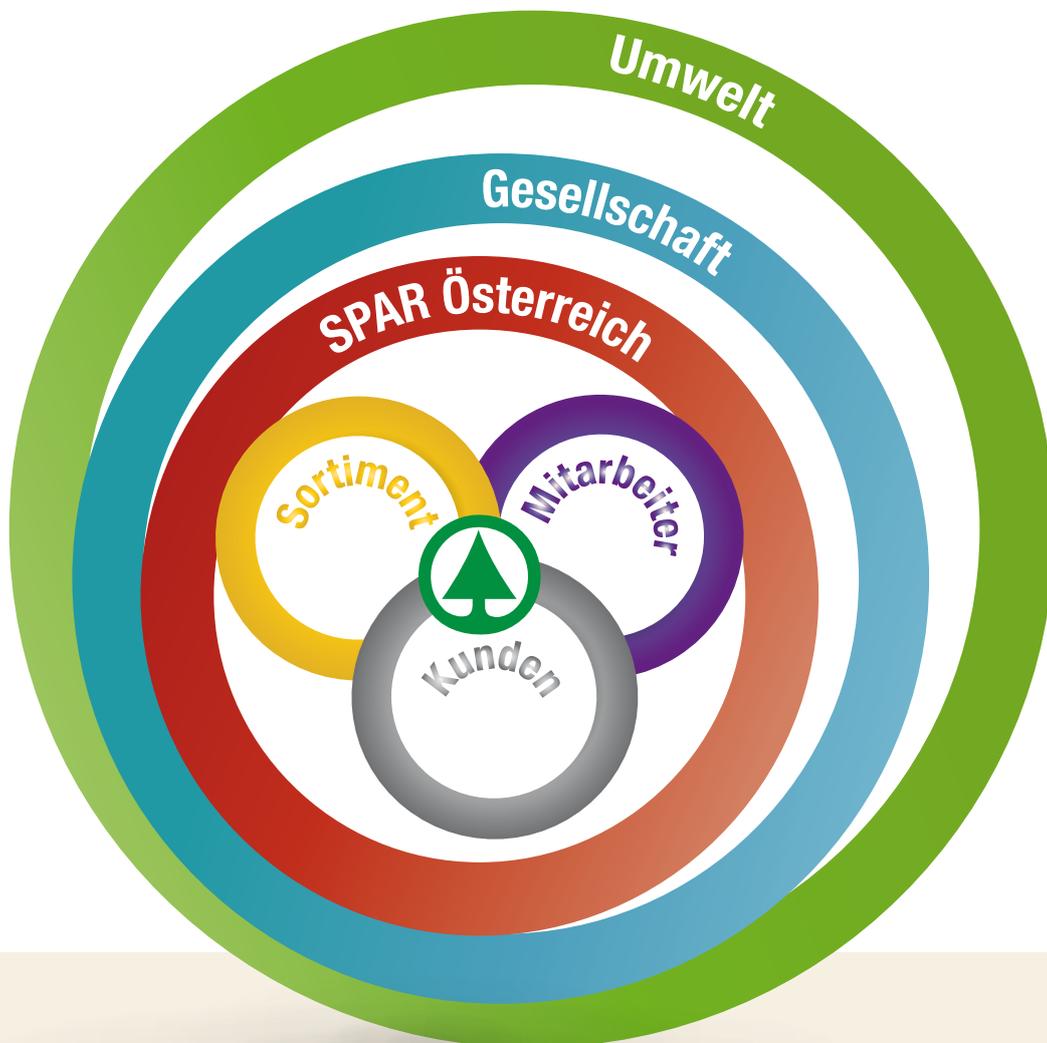
kende Preise werden direkt von den Produzenten an den Handel und damit auch an die Kunden von SPAR weitergegeben. Das ist nur einer der Gründe für SPAR, sich am Umwelt- und Klimaschutz aktiv zu beteiligen. Die Globalisierung hat das Schicksal aller Menschen auf allen Kontinenten so miteinander verknüpft, dass wir nur in gegenseitiger Rücksichtnahme und gemeinsam die Zukunft meistern können.

Nicht weniger gravierend ist der sozioökonomische Wandel in Österreich. Unsere Bevölkerung und ihre Bedürfnisse und Gewohnheiten verändern sich schnell. Das fängt beim demografischen Wandel an: Die Gesellschaft als Ganzes wird älter und die Lebensstile und Bedürfnisse ändern sich schnell. Kunden legen immer mehr Wert darauf, dass die Lebensmittel, die sie kaufen, nicht nur für sie, sondern auch für die Welt gut sind. Nicht nur der Preis ist und bleibt wichtig, sondern auch, ob die Kaffeepflückerinnen, der Milchbauer oder der Bäcker einen fairen Preis für ihre Arbeit erhalten haben oder ob das Feld, von dem der Dinkel stammt, mit einem Pflanzenschutzmittel behandelt wurde, das die Bienen tötet, oder ob das Brokkoli-Saatgut gentechnisch verändert wurde oder nicht. Die Architekten, die heute für uns bauen, müssen nicht nur etwas von Proportionen und Statik verstehen, sondern vor allem auch von Ressourcen, Energieeffizienz, Lichtsystemen, umweltfreundlicher Logistik, Lebenszyklusbilanzen

und ökologischem Fußabdruck. Dies alles bedeutet auch, dass die Herausforderungen an das Management, die selbstständigen Kaufleute und die Mitarbeiter wachsen. Beim Einkauf ist heute immer mehr zu beachten: Die Kunden an der Fleischtheke wollen erklärt bekommen, warum heimisches Soja den Regenwald in Brasilien schützt. Denn CO₂-Emissionen machen keinen Halt vor Landesgrenzen.

DER SUPERMARKT UND DIE GESELLSCHAFT

Die Herausforderungen, denen SPAR sich heute stellt, bergen Chancen und Risiken. SPAR will diesen Wandel schrittweise voranbringen und muss dabei auf die Ansprüche verschiedenster Anspruchsgruppen – von Landwirtschaft und Lieferanten bis zum Endkunden – Rücksicht nehmen und deren Interessen ausgleichen.



Als Teil des Unternehmens SPAR Österreich ist der Supermarkt der Zukunft jener Ort, an dem die Interessen der Kunden mit denen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Lieferanten, die das Sortiment liefern, aufeinandertreffen. Das Unternehmen ist eingebettet in eine Gesellschaft und diese in die natürliche Umwelt. Diese Bereiche bilden auch den „roten Faden“ durch diesen Nachhaltigkeitsbericht: Jeweils ein Kapitel widmet sich dem Sortiment, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Bau und Logistik und der Gesellschaft in weiterem Sinne inklusive der Kundenbeziehungen.

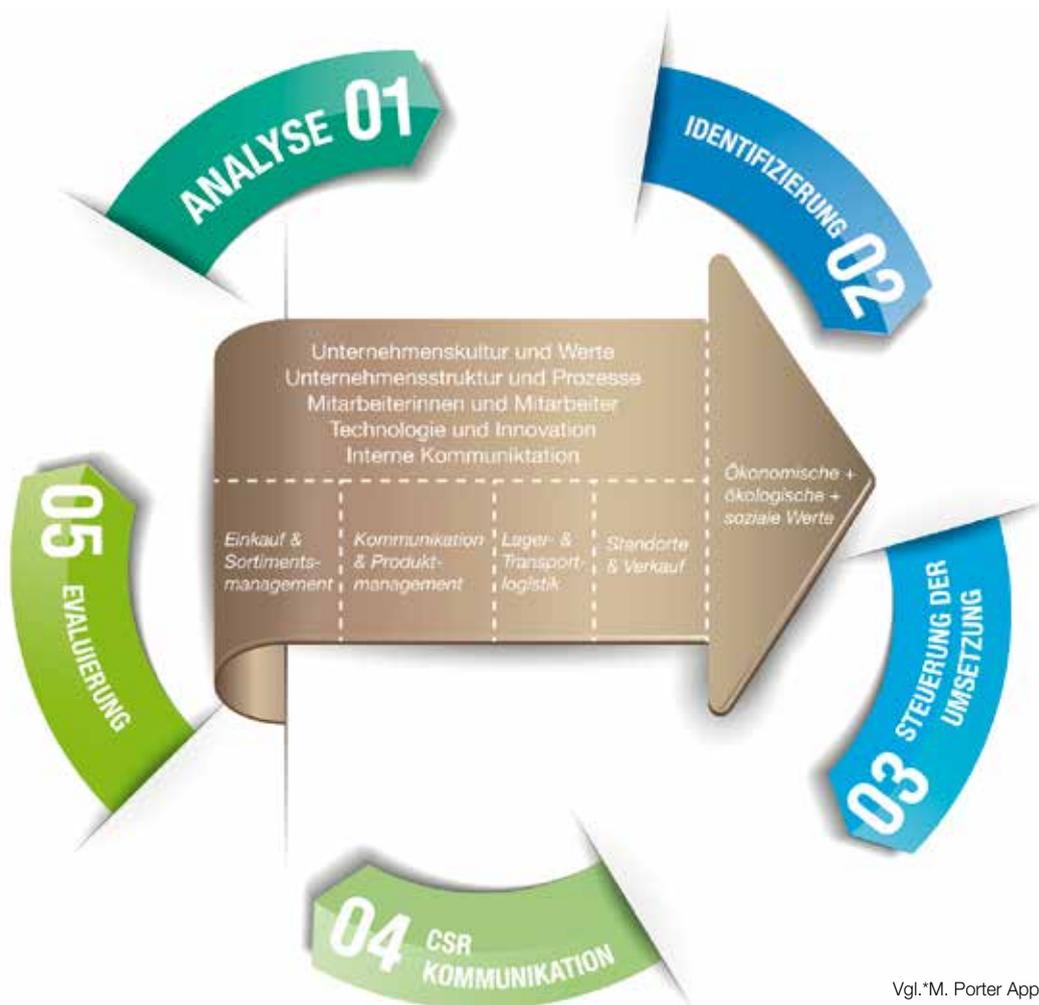
WAS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT BEI SPAR?

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. Um der Komplexität dieser Aufgabe gerecht zu werden, ist Nachhaltigkeit für SPAR eine Querschnittsaufgabe entlang der gesamten SPAR-Wertschöpfungskette. Sowohl die Kernprozesse des Handelskonzerns wie Einkauf & Sortimentsmanagement, Kommunikation & Produktmanagement, Logistik und Verkauf als auch die unterstützenden Prozesse wie Unternehmenskultur und -struktur, Mitarbeiter und Technologie sind in den Kreislauf des Nachhaltigkeitsmanagements bei SPAR eingebunden. Durch die Zusammenarbeit der einzelnen Bereiche und Prozesse entstehen

ökonomische, ökologische und soziale Werte gleichermaßen. In diese bestehende Wertekette sind auch die Nachhaltigkeitsmaßnahmen integriert.

NACHHALTIGKEIT GEHT BEI SPAR ALLE BEREICHE AN

Nachhaltigkeit wird bei SPAR ganzheitlich gesehen, betrifft also die gesamte Wertschöpfungskette. Koordiniert werden die CSR-Maßnahmen der Abteilungen Einkauf, Bau, Personal oder Logistik von der CSR-Stabsstelle, die direkt dem Vorstand unterstellt ist. Unterstützt und beraten wird die CSR-Stabsstelle vom CSR-Board. Die direkte Anbindung der Stabsstelle an den Vorstand macht deutlich, wie hoch der Stellenwert ist, den SPAR der Corporate Social Responsibility einräumt.



Vgl. *M. Porter Approach, Shared Values

VERANKERT SEIT 1971

Sozial- und Umwelt-Verantwortung sind für SPAR nicht neu. Bereits 1971 hat SPAR mit einer veröffentlichten „Verbraucherdeklaration“ deutlich gemacht, wie wichtig gesunde Ernährung und eine lebenswerte Umwelt sind, weshalb SPAR das Gespräch mit Kundinnen und Kunden und der Gesellschaft sucht und regionale Produkte bei vergleichbarer Qualität und Preisen bevorzugt. 1990 wurden die SPAR-Unternehmensgrundsätze als Grundlagen für den Umgang mit Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden wie folgt formuliert:



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. Aus diesem Verständnis heraus wird Corporate Social Responsibility (CSR) bei SPAR ganzheitlich in alle Geschäftsbereiche integriert.



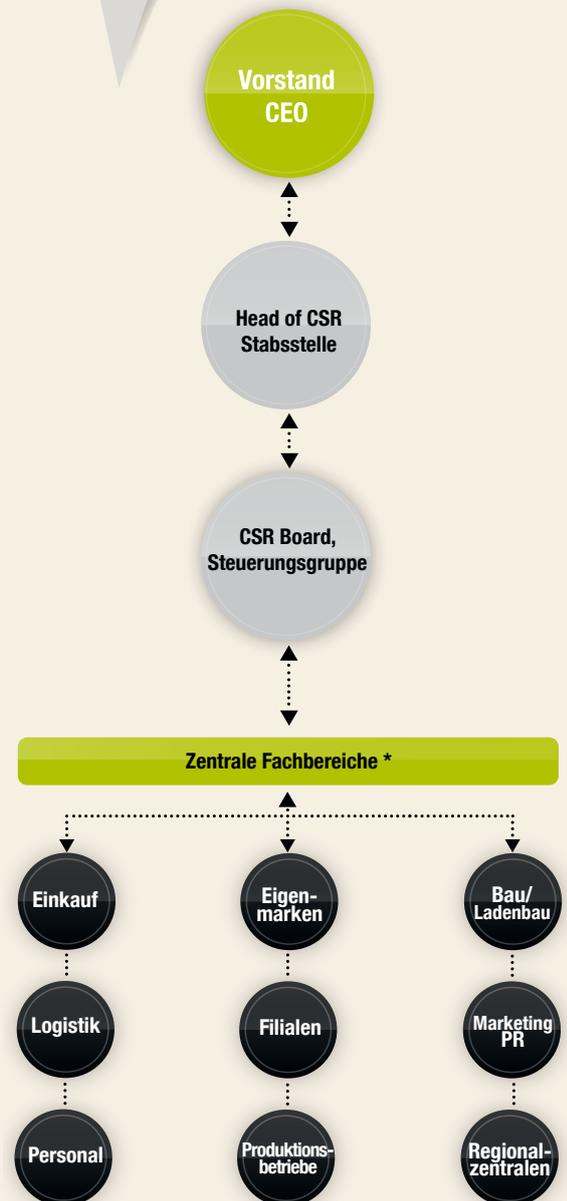
GRÖSSTE WIRKUNG FÜR UMWELT UND GESELLSCHAFT

Bereits 2008 hat SPAR den ökologischen Rucksack des Unternehmens und seiner Aktivitäten genau analysiert und herausgefunden, dass die Produkte selbst, ihre Herstellung und ihr Verbrauch, den größten „ökologischen Fußabdruck“ verursachen. SPAR kann auch viel für die Umwelt tun, wenn der Energieverbrauch in den Supermärkten gesenkt wird. An dritter Stelle stehen die Transporte und die Verpackungen. Neben der ökonomischen Nachhaltigkeit und der Verantwortung als Arbeitgeber steht folglich für SPAR die Nachhaltigkeit des Sortiments an erster Stelle sowie der Ressourcenverbrauch für dessen Bereitstellung: die Gebäude, die Transportwege und die Verpackung.

„Ehrliche Zielsetzungen und Maßnahmenpläne in Verbindung mit regelmäßiger Erfolgskontrolle bringen uns am schnellsten voran.“



„ Mag. Carmen Wieser
Head of CSR



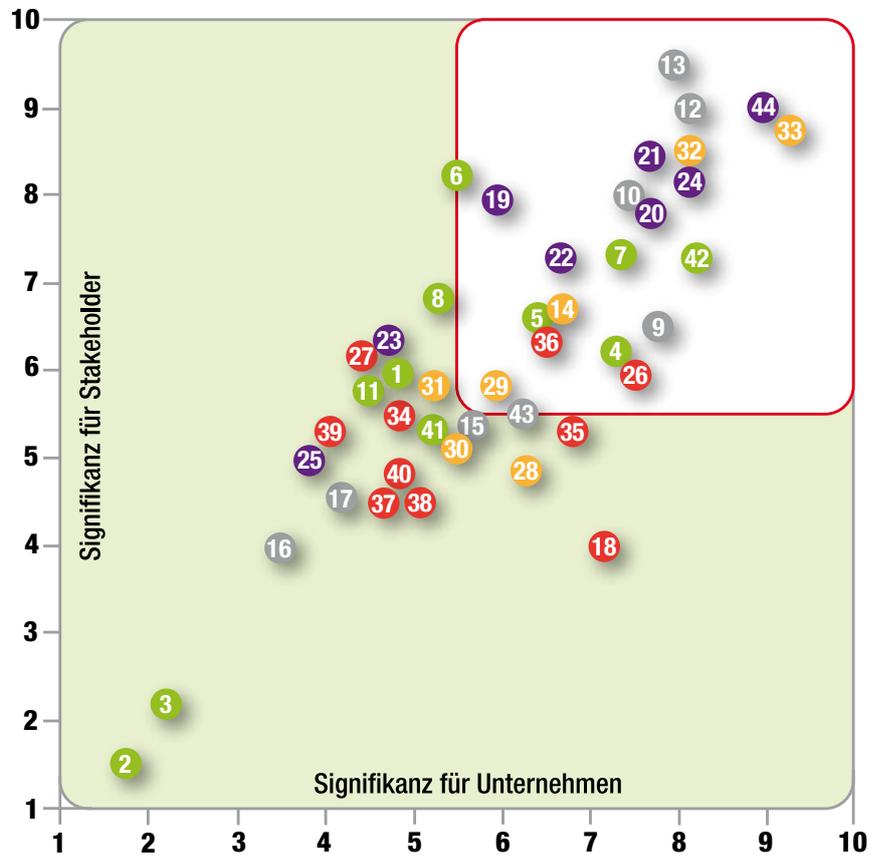
* keine vollständige Darstellung

DEFINITION

FOKUS AUF DAS WESENTLICHE

SPAR unternimmt verschiedenste Anstrengungen, um noch nachhaltiger zu werden. Für diesen Bericht wurden ausschließlich die wesentlichen Aspekte ausgewählt – aus Sicht des Unternehmens und der wichtigsten Stakeholder (Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, NGOs und Politik). Im Rahmen dieser Wesentlichkeitsanalyse wurden die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen aus der Perspektive des Unternehmens und der Stakeholder nach ihrer Relevanz bewertet. Als wesentlich eingestuft wurden Aspekte, die im rechten oberen Quadranten der folgenden Grafik zu finden sind.

Die Wesentlichkeitsanalyse wurde nach SASB durchgeführt, die Überleitung zu den wesentlichen Aspekten ist im GRI-Index unter G4-19 aufgeführt.



Die Sicht von Kunden und Mitarbeitern wurde aus den Erfahrungen des SPAR-Kundenservice, der jährlichen Kundenbefragung sowie der zuletzt 2012 stattgefundenen Mitarbeiterbefragung abgeleitet.

1 Climate change risks	23 Labor relations and union practices
2 Environmental accidents and remediation	24 Employee health, safety and wellness
3 Water use and management	25 Child and forced labor
4 Energy management	26 Long term viability of core business
5 Fuel management and transportation	27 Accounting for externalities
6 GHG emissions and air pollution	28 Research, development and innovation
7 Waste management and effluents	29 Project societal value
8 Biodiversity impacts	30 Product life cycle use impact
9 Communications and engagement	31 Packaging
10 Community development	32 Product pricing
11 Impact from facilities	33 Product quality and safety
12 Customer satisfaction	34 Regulatory and legal challenges
13 Customer health and safety	35 Policies, standards, codes of conduct
14 Disclosure and labeling	36 Business ethics and competitive behavior
15 Marketing and ethical advertising	37 Shareholder engagement
16 Access to services	38 Board structure and independence
17 Customer privacy	39 Executive compensation
18 New markets	40 Lobbying and political contributions
19 Diversity and equal opportunity	41 Raw material demand
20 Training and development	42 Supply chain standards and selection
21 Recruitment and retention	43 Supply chain engagement & transparency
22 Compensation and benefits	44 Employee satisfaction
Einordnung nach Themen	
● KUNDEN / GESELLSCHAFT	● UNTERNEHMEN SPAR ÖSTERREICH
● SORTIMENT	● UMWELT
● MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER	

Die wichtigsten Complianceaspekte sind den jeweiligen Themen zugeordnet, als wesentlich identifizierte Aspekte sind eingekreist.

SPAR SETZT ZIELE.

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten von SPAR sind mit klaren, messbaren Zielen hinterlegt. An ihrer Erreichung arbeiten alle Abteilungen bei SPAR gemeinsam.



DIESE ZIELE HAT SPAR

IN DER BALANCED SCORECARD FESTGESCHRIEBEN

Die Ziele, die SPAR sich gesetzt hat, sind ehrgeizig. SPAR will Österreichs attraktivster Arbeitgeber sein und weiterwachsen. SPAR strebt Innovations- und Themenführerschaft in allen wichtigen Bereichen an: in der Ladenarchitektur, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung und in Handlungsfeldern wie gesunde Er-

nährung, Bio, Convenience, Regionalität, Frische u.a.m. Die SPAR-Umweltziele sind hoch gesteckt: SPAR realisiert Leuchtturmprojekte wie die Klimaschutz-Supermärkte und unterwirft seine Neubauten strengsten Richtlinien, wenn es um den Energieverbrauch, Recycling und soziale Komponenten geht.

SPAR fördert die Konsumentenwahrnehmung als ökologisch nachhaltiges und sozial verantwortungsvolles Unternehmen. ➔ Seite 36



SPAR schützt die Artenvielfalt und das Klima und richtet das Fischsortiment per Ende 2013 zu 100 Prozent nach nachhaltigen Kriterien aus. ➔ Seite 15



SPAR forciert die Zusammenarbeit mit Sozialmärkten und ähnlichen Einrichtungen, um nicht verkäufliche Waren an Bedürftige weiterzugeben. Bis 2013 sollen alle SPAR-Filialen eine entsprechende Vereinbarung mit Sozialeinrichtungen haben. ➔ Seite 19



SPAR steigert die Zahl der nachhaltigen Lebensmittel-eigenmarken-Artikel von 2010 bis Ende 2013 um 45 Prozent. ➔ Seite 13



SPAR senkt den CO₂-Verbrauch/m² Verkaufsfläche pro Jahr um zwei bis fünf Prozent. Jeder neu gebaute Supermarkt entspricht höchsten Nachhaltigkeitsstandards. Der Baubestand wird Zug um Zug ökologisch modernisiert oder früher oder später neu gebaut. ➔ Seite 28

2-5 %





DAS SORTIMENT

Der Handel mit Lebensmitteln ist der Kernauftrag von SPAR. Gleichzeitig bestehen bei Produkten die größten Potenziale für den Schutz von Mensch, Tier und Umwelt. Das Sortiment steht daher im Zentrum der Nachhaltigkeitsstrategie von SPAR.



Hausruck-Honig Zöbl ist einer von 2.500 regionalen Lieferanten.

DURCH UND DURCH ÖSTERREICHISCH

84 Prozent der österreichischen Bevölkerung bevorzugen beim Lebensmitteleinkauf Produkte österreichischer Herkunft.* Deshalb und auch weil SPAR Österreich bis heute ein zu 100 Prozent österreichisches Familienunternehmen geblieben ist, gestaltet SPAR das Sortiment so lokal und regional wie möglich.

Bei gleicher Qualität nimmt SPAR österreichische Produkte bevorzugt ins Sortiment. So kommen bei SPAR das gesamte Frischfleisch, die Frischmilch und Eier zu 100 Prozent sowie weitere Milchprodukte und Brot zu rund 90 Prozent aus Österreich. Zudem erlaubt es der dezentrale Einkauf in den sechs SPAR-Zweigniederlassungen, verstärkt regionale Produkte einzukaufen. Knapp 40.000 Produkte in den SPAR-Regalen stammen von rund 2.500 lokalen und regionalen Produzenten.



DEFINITION von lokal und regional:

Lokal: Herkunft bis max. 39 km im Umkreis

Regional: Herkunft zwischen 40 und 100 km im Umkreis

Aus dem Bundesland

Produkte aus Österreich: Herkunft der Lebensmittel über 100 km bundesländerübergreifend

Alle sechs SPAR-eigenen TANN-Fleischwerke verarbeiten ausschließlich österreichisches Qualitätsfleisch mit dem AMA-Gütesiegel. Bei der Produktion von Wurstwaren wird zudem auf regionale Geschmackspräferenzen Rücksicht genommen. Damit schmecken die TANN-Frankfurter oder die TANN-Extrawurst in Oberösterreich anders als zum Beispiel in Wien.

INTERSPAR geht noch weiter und bietet in jedem Markt „Von dahoam das Beste!“ an: lokale Schmankerln, die jeweils in der direkten Umgebung rund um einen INTERSPAR-Markt erzeugt werden. Lokale Lieferanten liefern eben so viel, wie sie können – manche täglich frisches Brot und Gebäck, andere nur einmal in der Woche beispielsweise Fisch aus den nahe gelegenen Seen. In den rund 60 INTERSPAR-Hypermärkten werden über 6.500 Produkte von 620 lokalen Produzenten angeboten.

* „ÖsterreicherInnen bevorzugen Lebensmittel aus ihrer Region. Nicht immer wird dies leicht gemacht“, OEKONSULT-Umfrage, Oktober 2012. www.oekonsult.eu/regional-essen-mailfile.pdf



NACHHALTIGE SPAR-EIGENMARKEN

Nicht nur heimische, sondern auch gesunde und umweltfreundlich erzeugte Produkte stehen bei den Konsumenten hoch im Kurs. Bei den über 3.000 Eigenmarken-Produkten hat SPAR den meisten Einfluss auf die umwelt-, tier- und menschenfreundlichen Produktionsbedingungen.



Mit dem **SPAR wie früher**-Sortiment engagiert sich SPAR für die Sortenvielfalt und für traditionelle Anbauweisen. Die ARCHE NOAH-Bio-Saaten, Jungpflanzen von alten Sorten, aber auch Obst und Gemüse alter Sorten werden unter dieser Eigenmarke vertrieben.

ALS BESONDERS NACHHALTIG STUFT SPAR DIESE EIGENMARKEN EIN:



SPAR Natur*pur steht seit 1995 für streng geprüfte Bio-Produkte. Die Marke zählt mittlerweile über 700 Produkte und konnte 2013 eine Umsatzsteigerung von zwölf Prozent verbuchen.



SPAR Vital – die gesunde Marke von SPAR. Sie wurde in Zusammenarbeit mit führenden Ernährungsexperten entwickelt.



SPAR free from-Produkte sind laktose- und/oder glutenfrei und somit für Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen geeignet.



SPAR Veggie ist für alle, die sich ganz oder hin und wieder vegetarisch ernähren möchten. Im letzten Jahr hat SPAR Veggie zehn Prozent Umsatz zugelegt.

ZUSÄTZLICH HABEN WEITERE PRODUKTE NACHHALTIGEN BEZUG:



Rund 300 Artikel sind als FAIRTRADE-zertifizierte Artikel gekennzeichnet. Das ist das größte FAIRTRADE-Sortiment im österreichischen Lebensmittelhandel.



Nachhaltigkeit bei Eigenmarken geht auch über den Lebensmittelbereich hinaus, wie das Bio-Waschmittel **Splendid Bio**, die Babybekleidung aus Bio-Baumwolle von **Pretty Baby nature** oder das Hygienepapier **lovely** mit Österreichischem Umweltzeichen beweisen.

2011 hatte sich SPAR das Ziel gesetzt, die Anzahl der nachhaltigen Eigenmarken bis 2013 um 45 Prozent zu steigern. Mit Ende 2013 hat SPAR eine Steigerung von 40 Prozent erreicht.

Den Umsatz der nachhaltigen Eigenmarken-Artikel konnte SPAR zwischen 2012 und 2013 um 11 Prozent steigern.

Der Umsatzanteil der nachhaltigen SPAR-Eigenmarken am Gesamtumsatz der SPAR-Eigenmarken beträgt 15 Prozent.



Initiative für die Vielfalt: Heinz Reitbauer (Restaurant Steirereck), SPAR-Vorstandsvorsitzender Dr. Gerhard Drexel, Meisterbrenner Hans Reisetbauer, Bio-Bauer Erich Stekovics, Mag. Beate Koller (ARCHE NOAH) und Dr. Reinhard Uhrig (GLOBAL 2000).

Zum Thema:
EU-Saatgut-Verordnung

„Unserer Umwelt sowie Tier- und Pflanzenwelt würde irreparabler Schaden zugefügt: Viele Obst-, Gemüse- und Getreidesorten wären vom Aussterben bedroht, womit auch vielen Tieren wie etwa Bienen, Insekten und Vögeln die Überlebensgrundlage entzogen würde.“

Dr. Reinhard Uhrig (rechts im Bild)
Geschäftsführer
GLOBAL 2000



FÜR DEN ERHALT DER SORTENVIELFALT

Eine 2013 geplante EU-Saatgutverordnung sah vor, dass nur noch lizenzierte und geprüfte Obst- und Gemüsesorten angebaut werden dürfen. Die erforderliche Lizenzierung von Sorten wäre teuer und aufwändig gewesen. Kleine Züchter und Bauern, die alte Sorten anbauen, hätten diese EU-Auflagen nicht erfüllen können. Sie hätten zukünftig nur noch das Einheitsgemüse der Saatgutkonzerne produzieren dürfen und wären von diesen abhängig geworden. Dabei ging es hier um Sorten, die seit Jahrhunderten in Österreich kultiviert werden. Besonders hart betroffen gewesen wäre der Bio-Landwirt und SPAR-Partner Erich Stekovics, der im Burgenland 3.500 alte Tomaten- und Chili-Sorten bewahrt und anbaut. Er hätte alle Sorten registrieren lassen müssen oder nur noch ab Hof verkaufen dürfen. Die dafür anfallenden Kosten von 3,5 Millionen Euro und jährlich 63.000 auszufüllende Formularseiten für die Zulassungen wären für Stekovics unmöglich. Selbst bei

all diesem Aufwand wären unzählig viele alte Sorten in Brüssel gar nicht zertifizierungsfähig, da sie die Zulassungskriterien wie Uniformität und Unterscheidbarkeit nicht erfüllen. Stekovics und alle anderen Bewahrer alter Sorten hätten nicht mehr über den Handel und auch nicht mehr über die Gastronomie verkaufen dürfen.

SPAR trat gegen diese geplante EU-Verordnung aktiv auf. GLOBAL 2000, Kooperationspartner ARCHE NOAH und Spitzen-Gastronomen starteten Informationskampagnen und riefen zu einer europaweiten Unterschriftenaktion gegen die EU-Verordnung auf. SPAR unterstützte die Aktion durch Kundenaufrufe zur Unterzeichnung und Intervention bei Abgeordneten im österreichischen und EU-Parlament mit Erfolg: Im März 2014 wurde der Entwurf vom EU-Parlament zurückgewiesen.

Alte Sorten werden durch ihre Kultivierung am besten erhalten. Daher bietet SPAR unter der Marke „SPAR wie früher“ seit 2008 in Vergessenheit geratene Tomaten- und Chili-Jungpflanzen von Erich Stekovics an. 2012 hat SPAR einen weiteren Schritt getan und mit ARCHE NOAH Bio-Samen alter Sorten in die Märkte gebracht. So ist es auch 2013 allen Kunden möglich gewesen, selbst einen Teil zum Schutz und Fortbestand der Kulturpflanzenvielfalt zu leisten und Bio-Raritäten zu revitalisieren.

2013 brachte SPAR in Kooperation mit ARCHE NOAH die Erdäpfel-Raritäten Sieglinde, Blaue Elise, Rote Emma und Rosa Tannenzapfen auf den Markt. Die vier seltenen Sorten, die in Bio- und Demeter-Betrieben im Waldviertel angebaut werden, waren innerhalb weniger Tage ausverkauft.



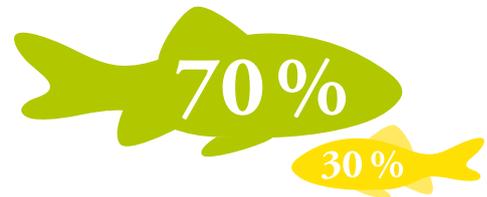


SPAR-Vorstandsvorsitzender Dr. Gerhard Drexel und WWF Österreich-Geschäftsführerin Andrea Johanides stellen 2013 die erfolgreiche Umstellung des Eigenmarken-Fischsortiments vor.

„Gegen die Ausbeutung der Meere können wir nur in Zusammenarbeit mit dem Handel antreten. SPAR nimmt hier eine Vorreiterrolle ein und lässt Versprechen auch Taten folgen.“

Andrea Johanides
Geschäftsführerin
WWF Österreich

NACHHALTIGER FISCHFANG



85 Prozent der globalen Fischbestände sind bis an ihre Grenzen befishet oder überfishet. SPAR hat deshalb gefährdete Fischarten wie Hai, Hoki und St.-Petersfisch bereits vor 2009 aus dem Sortiment genommen. 2011 hat SPAR sich im Rahmen der Kooperation mit dem WWF Österreich zur Umstellung des gesamten Fischsortiments auf Produkte aus nachhaltigem Fischfang verpflichtet – mit dem Ziel, Österreichs nachhaltigster Fischhändler zu werden. Mit Ende 2013 hat SPAR das gesamte Eigenmarken-Fischsortiment auf verantwortungsvolle Quellen umgestellt: 70 Prozent der Eigenmarken-Fischprodukte bei SPAR wurden vom WWF Österreich als „grün“ eingestuft, sie stammen also aus heimischen Gewässern, Bio-Fischzuchten, MSC-zertifiziertem Wildfang oder nachhaltiger Fischerei sowie Aquakultur. 30 Prozent sind „gelb“ und kommen aus legaler, regulierter und registrierter Fischerei, die jedoch noch Verbesserungspotenzial haben. Keines der 83 Eigenmarken-Fischprodukte bei SPAR stammt aus illegaler Fischerei oder überfisheten Regionen, ist also „rot“.

Die Umstellung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments bei SPAR ist noch nicht abgeschlossen: Bei Zuchtfischen werden Produkte und Lieferanten mit Bio- oder ASC-Zertifizierung weiter forciert. Bei Markenartikeln bleibt SPAR dran und drängt Lieferanten zur Umstellung auf Fisch aus Wildfang mit MSC-Siegel und aus Aquakulturen mit ASC-Zertifizierung. Darüber hinaus achtet SPAR auch auf die Herkunft der Fische und fördert österreichische Spezialitäten wie die Bodensee-Felchen.

2013 wurden die INTERSPAR-Frischfischtheken als erste und bisher einzige im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel vom Marine Stewardship Council (MSC) zertifiziert. Das MSC stellt die

nachhaltige Herkunft von wild gefangenen Fischen sicher. Mit dem MSC-System kann jeder zertifizierte Fisch bis zur zertifizierten Fischerei zurückverfolgt werden. INTERSPAR-Kunden gibt das blaue MSC-Zeichen die Sicherheit, auch beim Frischfisch und bei Meeresfrüchten nachhaltig einzukaufen. Um die hohen MSC-Rückverfolgbarkeits-Standards zu erfüllen, mussten alle Feinkost-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter umfassende Schulungen und eine Prüfung rund um MSC, deren nachhaltige Arbeit und die internen Prozesse zu den MSC-Richtlinien absolvieren. Knapp 900 MSC-Fischexperten können nun Beratung zur Nachhaltigkeit der Fische bieten. Eine unabhängige Zertifizierungsstelle überprüft jährlich die lückenlose Einhaltung der strengen MSC-Rückverfolgbarkeits-Standards.





Die Murbodner Rinder verbringen ihr gesamtes Leben in Österreich.

TIERWOHL IN DER NUTZTIERHALTUNG

Mit den eigenen TANN-Fleischwerken ist SPAR auch einer der größten Fleischverarbeiter Österreichs. Bei der Produktion kommt es nicht nur auf die Qualität des verwendeten Fleisches an, sondern auch auf die Haltungsverhältnisse der Tiere. Bereits seit 1994 verarbeitet TANN ausschließlich österreichisches Qualitätsfleisch mit dem AMA-Gütesiegel. In den AMA-Richtlinien sind die strikten Auflagen des österreichischen Tierschutz-Gesetzes enthalten, die bei der Haltung von Hühnern, Schweinen und Rindern deutlich strenger sind als beispielsweise gesetzliche Regelungen in Deutschland.

SPAR geht in Kooperation mit der Landwirtschaft über diese gesetzlichen Bestimmungen hinaus und bietet unter der Eigenmarke TANN Fleisch aus besonders tiergerechter Produktion an. So wird beim „TANN Edelschwein“ besonderes Augenmerk auf den Tierschutz bei der Ferkelerzeugung gelegt, auf mehr Platz

für die Tiere, keine Vollspaltenböden, Offenfrontställe oder Auslauf sowie auf die gentechnikfreie Fütterung bei der Muttersau-Ferkel-Mast. Die Kälber für das Salzburger und Tiroler Jungrind sowie das Murbodner Rind werden in Mutterkuh-Haltung aufgezogen, und die Almochsen für das gleichnamige Fleisch in der Steiermark verbringen mindestens zwei Saisonen auf österreichischen Almen. Schweine-, Rind- und Kalbfleisch gibt es bei SPAR zusätzlich auch in Bio-Qualität mit dem AMA-Bio-Gütesiegel. Bereits 2008 hat SPAR Enten und Gänse aus Stopfleber-Produktion aus dem Sortiment verbannt. Gemeinsam mit der Tierschutz-Organisation VIER PFOTEN hat SPAR erfolgreich Lieferanten ausgewählt, die Gänsefleischteile anbieten, die nicht aus der qualvollen und grausamen Stopfmastproduktion kommen. Die Lieferanten von SPAR stehen auf der Positiv-Liste von VIER PFOTEN. Hasen und Kaninchen bietet SPAR aufgrund der tierunwürdigen Haltungsverhältnisse nicht an.

INSEKTENSCHUTZ DURCH VERWIRRUNG

Insekten – besonders bestäubende Sechsheiner wie die Bienen – sind ein wichtiger Bestandteil des Ökosystems. Manche von ihnen sorgen jedoch für große Schäden in der Obst- und Gemüseproduktion. Eine Möglichkeit zur Abwehr von Schadinsekten ist das Aufbringen von Pestiziden. SPAR verfolgt beim Anbau der Äpfel, die unter den SPAR-Eigenmarken in den Märkten landen, einen umweltschonenderen Weg. Seit 2010 werden gegen die Apfel- und Schalenwickler in den Apfel-Plantagen Pheromon-Fallen aufgestellt, die nur auf die männlichen Schmetterlinge der schädlichen Art anziehend wirken. Sie verhindern so die Fortpflanzung und Eiablage auf den Äpfeln und damit auch die Schädigung der Früchte durch die Larven der Schmetterlinge. Derzeit

wenden 200 Bauern diese Methode an, durch die 50 Prozent der Apfelwickler-Pestizide eingespart werden konnten.



Pheromonfallen sparen 50 Prozent der Pestizide.

GENTECHNIKFREIE LEBENSMITTEL



„SPAR hat seit den Gründungstagen der ARGE Gentechnik-frei im Jahr 1997 eine überaus wertvolle und aktive Rolle gespielt, um die Gentechnik-freie Lebensmittelproduktion in Österreich zu ermöglichen und breit im Sortiment zu verankern.“



Markus Schörpf
Obmann ARGE Gentechnik-frei



Die SPAR-Eigenmarken-Milch stammt von regionalen Molkereien und ist Gentechnik-frei.

Vor dem Hintergrund des von mehr als 1,2 Millionen Österreichern unterzeichneten Gentechnik-Volksbegehrens gründeten führende österreichische Unternehmen aus Lebensmittelhandel und -produktion 1997 gemeinsam mit dem Bio-Verband Bio-Austria und den Umweltorganisationen Greenpeace und GLOBAL 2000 eine Plattform zur Förderung und Unterstützung der Gentechnik-freien Lebensmittelproduktion: Die „Arbeitsgemeinschaft für Gentechnik-frei erzeugte Lebensmittel“ (kurz: ARGE Gentechnik-frei) ist damals wie heute eine einzigartige Initiative.

SPAR spricht sich vehement gegen Gentechnik in der Nahrungsmittelproduktion aus und war von der ersten Stunde an in der „ARGE Gentechnik-frei“ aktiv.

Heute findet sich im Sortiment eine große Vielfalt an Produkten, die mit dem grünen „ohne Gentechnik“-Kennzeichen versehen sind: zum Beispiel Milchprodukte aus Österreich, verschiedene Fleischprodukte, alle Eier, Soja- und Sojaprodukte. Laufend wird weiter am geprüft Gentechnik-freien Sortiment gearbeitet.

„Bei SPAR können Konsumenten mit ihrer Kaufentscheidung für Donau-Soja-zertifizierte Eier aktiv einen Beitrag zur Stärkung der heimischen Landwirtschaft leisten, die europaweite Gentechnikfreiheit vorantreiben sowie den Regenwald schonen.“



Matthias Krön,
Obmann des Vereins Donau-Soja

KLIMASCHUTZ-SOJA

Soja als Futtermittel ist heute in Europa eine unverzichtbare Eiweißkomponente für die Fütterung von Geflügel und Schweinen. Import-Soja hat aber erhebliche negative Klimaeffekte. Von den gesamten Treibhausgasemissionen, die mit der österreichischen Schweineproduktion verbunden sind, entstehen 80 Prozent aus dem Abholzen des Regenwaldes für die Sojaproduktion z. B. in Brasilien. Der Verzicht auf Überseesoja ist also die wirksamste Maßnahme, den ökologischen Rucksack von Eiern, Geflügel- und Schweinefleisch leichter zu machen. SPAR hat bereits 2011 durch das anerkannte Institut SERI die Einsparungspotenziale berechnen lassen: Die Fütterung mit regional produziertem Soja kann die CO₂-Emissionen von 1 kg Schweinefleisch um etwa 50 Prozent auf 1,8 kg CO₂ reduzieren.

Für viele SPAR Veggie- und SPAR Natur*pur-Bio-Produkte wurde schon seit der Einführung Gentechnik-freies Soja aus österreichischem Anbau verwendet. 2013 wurden die SPAR Vital OMEGA 3-Eier auf Fütterung mit ausschließlich österreichischem Soja umgestellt. Für den gesamten Sojabedarf zur Produktion der SPAR-



Eier und des TANN-Qualitätsfleisches reicht die verfügbare Menge österreichischen Sojas nicht aus. Daher ist SPAR Mitglied im Verein Donau-Soja, der den Anbau von Gentechnik-freiem Soja im Donaauraum forcieren und Importe aus Südamerika minimieren wird. Seit Ende 2013 wird Donau-Soja bereits in den ersten SPAR-Legebetrieben verfüttert. 2014 wird das Hühnerfutter für alle SPAR-Eier auf Soja aus dem Donaauraum umgestellt und damit werden bis zu 30.000 Tonnen CO₂ pro Jahr gespart. Die Umstellung der Geflügel- und Schweinemast auf Donau-Soja ist geplant, sobald die erforderlichen Mengen verfügbar werden.





LEBENSMITTEL SIND KOSTBAR

Der Anteil des Lebensmittelhandels an nicht verbrauchten Lebensmitteln ist viel kleiner als gemeinhin angenommen: Nach einer aktuellen deutschen Studie stammen rund 61 Prozent der Lebensmittelabfälle im Rest- und Bio-Müll aus Haushalten, je 17 Prozent aus der verarbeitenden Industrie und von Großverbraucher und nur fünf Prozent aus dem Handel.* Bei SPAR sind alle Systeme schon jetzt darauf ausgerichtet, dass so viel wie möglich verwendet und so wenig wie möglich verschwendet wird. Nur ein bis zwei Prozent der angebotenen Lebensmittel werden nicht verkauft – weniger als im restlichen Handel, für SPAR aber immer noch zu viel.

Lebensmittel, die kurz vor dem Ablauf des gesetzlich festgelegten Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) stehen, und auch Schwarzbrot vom Vortag sind qualitativ noch einwandfrei. Jedoch greifen viele Kundinnen und Kunden zu Packungen mit längerem Haltbarkeitsdatum. Auf den 2013 überarbeiteten –25%- und –50%-Aufklebern von SPAR ist deutlich das Logo von „Lebensmittel sind kostbar“ zu sehen. Damit macht SPAR Kundinnen und Kunden darauf aufmerksam, dass sie mit dem Kauf des vergünstigten Produkts Geld sparen und gleichzeitig die Umwelt schonen können.



84 Prozent der SPAR-Filialen kooperieren bereits jetzt mit Sozialmärkten.

Sind Produkte trotz aller Maßnahmen nicht mehr verkäuflich, aber noch genießbar, werden sie von SPAR an Sozialmärkte weitergegeben. In Wien holen beispielsweise CARITAS und „Team Österreich Tafel“ Lebensmittel ab, in Vorarlberg ist es der Verein „Tischlein deck dich“ und in Salzburg „SOMA Salzburg“. 84 Prozent aller SPAR-Standorte arbeiten seit Ende 2013 mit solchen Organisationen zusammen. Ziel ist, dass alle SPAR-Standorte, in deren Gebiet es Sozialmärkte gibt, mit mindestens einem derartigen Partner kooperieren.

Um sich noch weiter zu verbessern, beauftragte SPAR 2013 das Institut für Abfallwirtschaft der Universität für Bodenkultur mit einer Studie zu Ursachen von Lebensmittelabfällen. Aus den Ergebnissen leitet SPAR drei wichtige Verbesserungen ab:

Wo es möglich ist, wird gemeinsam mit dem Hersteller die Haltbarkeitsfrist hinterfragt und das Mindesthaltbarkeitsdatum angepasst.

Mit dem Abverkauf von Produkten wird früher begonnen.

Bisher musste beispielsweise ein Sack Zitronen, wenn eine Frucht schimmelig war, als Ganzes weggeworfen werden. Nun stellt SPAR neues Verpackungsmaterial zur Verfügung, damit aus 1- oder 2-kg-Packungen die schlechten Stücke aussortiert und zwei Packungen zu einer einwandfreien zusammengefügt werden können, anstatt die ganze Packung entsorgen zu müssen.

* Universität Stuttgart, Institut für Siedlungswasserbau, Wassergüte- und Abfallwirtschaft (2012), Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland.

SORTIMENT



KLIMAFREUNDLICHE EINKAUFSTASCHEN

Zum Transport der Produkte vom SPAR-Markt bis in den einzelnen Haushalt nutzen die meisten Kundinnen und Kunden praktische Tragetaschen. Bei SPAR sind alle Tragetaschen klimaschonend hergestellt.

 Die angebotenen Plastiktaschen sind aus mindestens 80 Prozent Recyclat (Altkunststoff) erzeugt.

 Kompostierbare Öko-Tragetaschen sind aus Pflanzenöl.

 Papiertragetaschen bestehen aus FSC-zertifiziertem Papier.

 Die robusten Textiltaschen sind mehrfach wiederverwendbar.

 Zusätzlich werden praktische und wiederverwendbare Klappkisten, Einkaufskörbe und Kartonschachteln für größere Einkäufe angeboten.

Bereits seit 2011 gibt es bei SPAR keine herkömmlichen Plastiktragetaschen mehr. Die angebotenen Tragetaschen sind aus Recyclat (Altkunststoff) erzeugt. Allein diese Umstellung hat über 1.000 Tonnen fossile Rohstoffe und 1.000 Tonnen CO₂ eingespart. Der Verbrauch von Plastiktaschen ist bei SPAR seit Jahren rückläufig. Kundinnen und Kunden greifen stattdessen zu Öko-Tragetaschen aus Pflanzenöl, Papier und wiederverwendbaren Textiltaschen. Die Nachfrage nach Letzteren ist im vergangenen Jahr um 15 Prozent gestiegen. Schon jetzt ist also ein Trend

zu wiederverwendbaren Taschen zu erkennen. Zudem werden Tragetaschen um mindestens 0,21 Euro verkauft und nicht verschenkt – dadurch entsteht bei Kundinnen und Kunden ein Wertigkeitsbewusstsein und der Druck, die gekauften Taschen wiederzuverwenden.



VERPACKUNGEN FÜR BIO-OBST UND -GEMÜSE

Obst und Gemüse verliert schnell Feuchtigkeit und wird damit schnell unansehnlich. Die Verpackung steigert die Haltbarkeit deutlich – eingeschweißte Gurken halten beispielsweise viermal so lange wie jene ohne Verpackung. Druckstellen werden durch die Verpackung in Tassen vermieden und zudem die Hygiene gesteigert. Eine Verpackung von Obst und Gemüse ist also nötig, um Produkte länger haltbar zu machen und damit weniger Lebensmittel zu verschwenden.

Bei der Verpackung von Bio-Obst und -Gemüse verzichtet SPAR aber auf Plastik, denn wo Bio drin ist, sollte auch Bio drumherum sein. SPAR setzt bei der Bio-Eigenmarke SPAR Natur*pur auf Verpackungen aus Zellulose und Pflanzenöl. Für die Zellulose, die zum Einsatz kommt, wird ausschließlich Holz aus zertifizierter, nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet. Die kompostierbaren Verpackungen sparen im Vergleich zu ihren künstlichen Pendanten bis zu 80 Prozent CO₂ ein. 2014 testet SPAR zudem den Einsatz von Papier- statt Plastiksackerln für Obst und Gemüse in 50 SPAR-Gourmet-Märkten.



MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

SPAR hat sich zum Ziel gesetzt, Österreichs attraktivster Arbeitgeber zu sein. Für über 38.000 Menschen in Österreich bietet SPAR im Lebensmittelhandel einen sicheren Arbeitsplatz.



DARF'S EIN BISSCHEN MEHR SEIN?

	AKTIV		AUSSTRITTE		FLUKTUATION	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀
14–24 Jahre	3.423	8.075	1.318	2.415	38,5 %	29,9 %
25–34	1.987	6.377	421	1.263	21,2 %	19,8 %
35–44	1.691	6.461	181	833	10,7 %	12,9 %
45–54	1.589	6.523	131	552	8,2 %	8,5 %
55–99	663	1.621	57	151	8,6 %	9,3 %
Gesamt	38.410		7.322		19,06 %	

ÜBER 38.000 MENSCHEN BESCHÄFTIGTE SPAR 2013 IM LEBENSMITTELHANDEL. DAMIT IST SPAR DER GRÖSSTE PRIVATE ÖSTERREICHISCHE ARBEITGEBER.

Mit 19,06 Prozent ist die Fluktuationsrate bei SPAR deutlich niedriger als beim relevanten Mitbewerb. 8.014 neue Mitarbeiter haben 2013 bei SPAR begonnen, 1.000 neue Arbeitsplätze wurden geschaffen. Auch in der Mitarbeiterbefragung, die im Zwei-Jahres-Rhythmus zuletzt 2012 stattfand, wurde die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Arbeitgeber deutlich: Die Rücklaufquote lag 2012 bei 77 Prozent. Die Aussage „ich arbeite gerne bei SPAR“ erhielt mit 91 Prozent die höchste Zustimmung. Die Anstrengungen von SPAR, die Führungscrew gut auszubilden und mit Fortbildungen weiterzuentwickeln, schlägt sich in der hohen Zufriedenheitsrate mit der Führungsperson von 83 Prozent der Mitarbeiter nieder.

Betrachtungszeitraum Eintritte: 01.01.2013–31.12.2013
 Betrachtungszeitraum Austritte: 01.01.2013–01.01.2014

¹ Inkludiert sind alle Personen, die im Zeitraum 1.1.2013–31.12.2013 ein Anstellungsverhältnis hatten inkl. Karenzierter, Lehrlingen, Praktikanten etc., nicht inkl. ist der selbstständige Einzelhandel; Austrittsgründe enthalten auch Pensionierungen etc. lt. GRI-Definition. Die Differenz zu der berichteten Zahl von 39.351 im Geschäftsbericht 2013 ergibt sich durch eine Stichtagsbetrachtung und Inklusion der selbstständigen Lebensmitteleinzelhändler im Geschäftsbericht. Im Berichtszeitraum haben 8.014 Menschen zu arbeiten begonnen. Über den Anteil der Leiharbeiter wird zentral im Personalwesen keine Statistik geführt.

² Fluktuation = Anzahl der Austritte / Anzahl der Mitarbeiter.

Befragungsergebnisse werden reflektiert und aufgearbeitet: Filialen, in denen Führungskräfte wiederholt schlecht bewertet wurden, erhalten eine Team-Mediation von externen Experten. Im Jahr 2012 wurden bei INTERSPAR 15 extern moderierte Workshops mit Führungskräften und Mitarbeitern zur Aufarbeitung der Ergebnisse aus der Mitarbeiter-Befragung durchgeführt. In SPAR-Filialen wurden 86 Workshops mit externen Coaches durchgeführt, wenn die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung auffallend negativ, aber auch auffallend positiv ausfielen bzw. der Rücklauf sehr gering war. Die nächste Mitarbeiterbefragung findet 2014 statt.

Führungskräfte und Mitarbeiter gehen bei SPAR wertschätzend miteinander um. Sie informieren aktiv und legen gemeinsam – in Jahresgesprächen – Ziele fest oder planen den nächsten Karriereschritt.

„DIE“ SPAR

Rund 76 Prozent aller SPAR-Mitarbeiter sind Frauen. Für SPAR ist es selbstverständlich, die Arbeitsverträge mit allen Mitarbeiterinnen auch nach einer Karenz weiterzuführen. SPAR schöpft alle Möglichkeiten aus, um diese Mitarbeiterinnen, ihr Know-how und ihre Fachkompetenz zu behalten.

SPAR nutzt die Arbeitszeitmodelle: Teilzeit nach der Karenz, Anrechnung der Vordienstzeiten nach langer Karenz, Bildungskarenz nach Ende der Karenzzeit. SPAR bietet Karenzierten, die Kinderbetreuungsgeld erhalten, eine Beschäftigung an, die über das für sie zulässige Einkommen nicht hinausgeht.

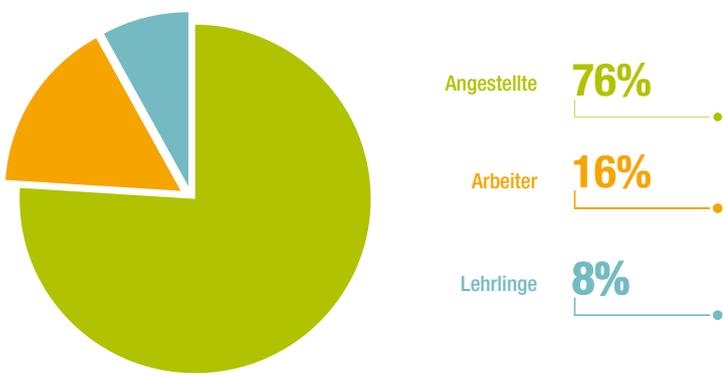
An der noch besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie arbeitet SPAR unter anderem in der SPAR-Zentrale Wörgl durch Teilnahme am Audit „Beruf und Familie“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend, mit dem SPAR 2013 begonnen hat.

GESUND BEI SPAR

Die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist tief in der Unternehmenskultur verankert. SPAR verfolgt daher das Ziel, dass alle Mitarbeiter bis ins hohe Alter psychisch und physisch gesund und produktiv im Unternehmen tätig sein können. Gefördert wird dies beispielsweise durch das Gütesiegel Nestor Gold des Sozialministeriums, dessen Charta die SPAR-Zentrale Graz 2013 unterzeichnet hat.

Das Programm „Gesund bei SPAR“ ermöglicht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch sich selber fit zu halten. Mit Vorträgen, Impfaktionen und vorbeugenden Untersuchungen unterstützt SPAR ihre Mitarbeiter im Bereich Vorsorge. Die SPAR Health Card schärft den Blick auf die eigene Gesundheit.

Die Gebietskrankenkassen stellten 2013 in der SALSA-Befragung unter SPAR-Mitarbeitern fest, dass im Vergleich mit anderen Handels- bzw. Gewerbebetrieben die erhobenen Gesundheitsrisiken bei SPAR unterdurchschnittlich und die Gesundheitspotenziale weitgehend überdurchschnittlich ausgeprägt sind. Die wichtigsten Gesundheitschancen sind in der Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter/-innen und im Sozialklima gelegen.

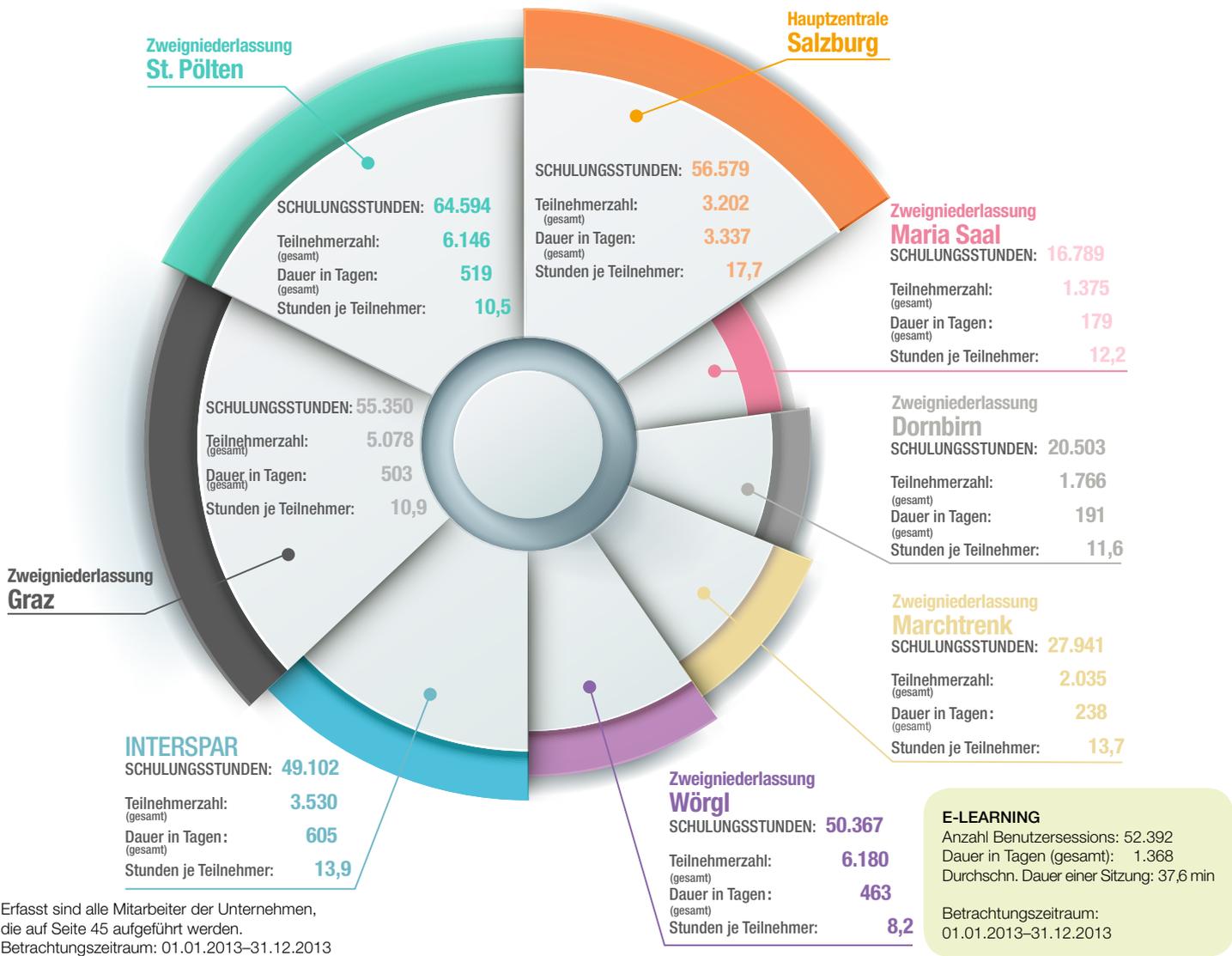


Ausfalltage sind gleich Arbeitstage; Unfälle sind ab dem 1. Ausfalltag inkludiert. Zu Unfällen zählen auch jene am Arbeitsweg. Basis für Berechnung Durchschnitt: 38.410 Mitarbeiter

BESTÄTIGUNGEN FÜR GESUNDES ENGAGEMENT

In der SPAR-Hauptzentrale in Salzburg und der SPAR-Zentrale Marchtrenk werden die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter besonders gefördert.

Gewürdigt wurden die umfassenden Initiativen rund um dieses Thema mit der Verleihung des Gütesiegels „Betriebliche Gesundheitsförderung“ durch die Salzburger bzw. oberösterreichische Gebietskrankenkasse, das bis 2015 gültig ist.



ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN BEI SPAR

Wesentlich für den Erfolg von SPAR sind sehr gut ausgebildete Mitarbeiter und Führungskräfte. Um sie auch weiterhin für SPAR zu gewinnen und langfristig an das Unternehmen zu binden, positioniert sich SPAR als besonders attraktiver Arbeitgeber, der viele Perspektiven bietet. Das Angebot an Qualifikations- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen ist breit. Fachtrainings wie Brot- und Backwarenseminare, Fischseminare, Feinkostplatten-Seminare und Kassa-Schulungen werden vor allem in den Märkten gerne angenommen. 2013 hat INTERSPAR in Österreich als einziges Unternehmen die Fischtheken MSC-zertifizieren lassen und dafür rund 900 Feinkostmitarbeiter zu MSC-Experten ausgebildet.

Die SPAR-Angebote in den Bereichen Persönlichkeitsbildung, wie Kommunikationstraining, Projektmanagementausbildung und

Stressmanagement werden vor allem von den Mitarbeitern der Zentralen gerne angenommen: Zu den Schulungsstunden in der Grafik oben kommen noch jene Schulungen hinzu, die bei externen Institutionen absolviert wurden.

TRAINEEPROGRAMM

Das Internationale Management-Traineeprogramm bietet jungen aufstrebenden Uni- und FH-Absolventen/-innen und Young Professionals eine Top-Ausbildung zur Führungskraft bei SPAR. 2013 traten zehn neue High Potentials, die unter 100 Bewerbern ausgewählt wurden, ihre 18-monatige Ausbildung an.

Hervorzuheben ist dabei, dass das Top-Management selbst das Mentoring der Teilnehmer übernimmt.



Für besonders gute Leistungen während der Ausbildung bekommen SPAR-Lehrlinge den B-Führerschein bezahlt.

SPAR IST GRÖSSTER PRIVATER LEHRLINGSAUSBILDNER ÖSTERREICHS

Ein wichtiger Baustein für die Personalausbildung ist die SPAR-Lehrlingsausbildung. Sie fördert mit ihrem umfangreichen Angebot das exzellente Potenzial und Engagement der jungen Auszubildenden. Jährlich werden 900 neue Lehrlinge aufgenommen. Im Jahr 2013 waren 2.700 Lehrlinge bei SPAR Österreich und den selbstständigen Einzelhändlern in Ausbildung.

Als besonderen Anreiz bietet SPAR zusätzlich zur gesetzlich geregelten Lehrlingsentschädigung bis zu 4.500 Euro leistungs-

abhängige Prämien, zahlt bei herausragenden Leistungen den B-Führerschein und übernimmt die Kosten für Lehrlingsheime, wenn der Weg zur Ausbildungsstätte zu weit wäre.

Einmalig in Österreich ist die SPAR-Akademie Wien, die einzige private Berufsschule im Lebensmittelhandel. In ihr und den SPAR-Akademie-Klassen der öffentlichen Berufsschulen erwerben Lehrlinge zusätzlich zum Pflichtstoff auch praktisches SPAR-Wissen und soziale Kompetenzen. Im Fach „Kulturpflege“ üben sich die Jugendlichen der SPAR-Akademie, die aus über 27 Kulturen stammen und zwölf unterschiedlichen Glaubensrichtungen angehören, in interkulturellen und interreligiösen Kompetenzen.

17 SPANNENDE LEHRBERUFE BIETET SPAR

- 🌿 Einzelhandelskauffrau/-mann Lebensmittel
- 🌿 Einzelhandelskauffrau/-mann Feinkost
- 🌿 Einzelhandelskauffrau/-mann Hartware
- 🌿 Koch/Köchin
- 🌿 Einzelhandelskauffrau/-mann Sportartikel
- 🌿 Großhandelskauffrau/-mann
- 🌿 Systemgastronom/-in
- 🌿 Bäcker/-in
- 🌿 Konditor/-in

- 🌿 Bürokauffrau/-mann
- 🌿 Fleischverarbeiter/-in
- 🌿 Lagerlogistiker/-in
- 🌿 Versicherungskauffrau/-mann
- 🌿 Immobilienkauffrau/-mann
- 🌿 IT-Techniker/-in
- 🌿 Lebensmitteltechniker/-in
- 🌿 Betriebselektriker/-in



Herausragend und ein weiterer wichtiger Aspekt und Beispiel für die CSR-Aktivitäten bei SPAR ist die Ausbildung von Lehrlingen zu Bio- und Nachhaltigkeitsexperten. So wurden beispielsweise Themen wie Lebensmittelverschwendung, gesunde Ernährung und Lebensmittel-Unverträglichkeiten erläutert.

Über die Vorteile einer Lehre lässt SPAR seit 2013 Lehrlinge selbst berichten. In einem eigenen Lehrlingsblog unter www.lehrlingsblog.spar.at schreiben die vier SPAR-Lehrlinge Melissa, Lisa, Aleks und Alexander über sich, ihre Talente und ihre Erfahrungen als Lehrlinge.

Die Qualität der Lehrlingsausbildung bei SPAR bestätigen die Auszeichnung mit dem Wappen der Republik Österreich mit dem Zusatz „Staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb“ und die „i n e o“-Auszeichnung der Wirtschaftskammer Oberösterreich für INTERSPAR wegen des vorbildlichen Engagements in der Lehrlingsausbildung.

AUSBILDUNG FÜR MENSCHEN MIT BEEINTRÄCHTIGUNGEN

Die Integration von benachteiligten Menschen in den beruflichen Alltag ist nicht immer einfach. Häufig können sich Talente und Fähigkeiten nicht entfalten, weil dazu keine Gelegenheit geboten wird. Bereits seit vielen Jahren versucht SPAR genau dies zu tun. Seit Mai 2009 zum Beispiel betreiben SPAR und „Rettet das Kind Salzburg“ ein gemeinsames Ausbildungsprojekt in der Marktge-

„Wir sehen uns als Menschengärtner. Wir gießen, wir düngen, wir schauen, dass genügend Sonne und Sauerstoff da ist. Wir schaffen einen Rahmen, in dem sich jeder Jugendliche individuell entwickeln kann, als Basis für sein späteres Leben.“



KR Jörg Schielin
Leiter SPAR-Akademie Wien



meinde Obertrum am See. Das ambitionierte Ziel des Projektes ist es, in diesem SPAR-Markt bis zu zwölf Jugendliche mit körperlichen, psychischen und/oder sozialen Beeinträchtigungen im Rahmen einer Lehre (bzw. auch einer verlängerten Lehre oder Teillehre) für den ersten Arbeitsmarkt zu qualifizieren.

Zusätzlich werden in vielen anderen Märkten, wie beispielsweise dem INTERSPAR-Hypermarkt Amstetten, Menschen mit Behinderung in Kooperation mit betreuenden Einrichtungen eingestellt und ihnen eine Teilqualifikation oder Lehre ermöglicht.



BAU UND LOGISTIK

Dank klimaschonender Bauweise der Supermärkte und effizienter Logistik spart SPAR jährlich Energie und hunderte Tonnen CO₂ ein.



Der SPAR-Klimaschutz-Supermarkt Linz-Froschberg vereint Ressourcenschonung und besondere Barrierefreiheit.

DER SUPERMARKT DER ZUKUNFT

Der Supermarkt der Zukunft muss auch anders gebaut sein. SPAR arbeitet daran, den Bau und die Logistik als bedeutende Teile des „ökologischen Rucksacks“ noch effizienter und energiesparender zu gestalten.

Die Architektur von SPAR-Standorten ist im österreichischen Lebensmittelhandel einzigartig. SPAR baut keine Supermärkte „von der Stange“, sondern passt gemeinsam mit lokalen/regionalen Architekten, Baumeistern und Handwerkern jeden Markt den örtlichen Gegebenheiten an. Den ökologischen Fußabdruck der Gebäude hält SPAR möglichst klein durch den ressourcenschonenden Einsatz von Materialien (Recyclierbarkeit), die Nutzungsdauer der Gebäude und den Energieverbrauch. Beim Bau neuer Supermärkte achtet SPAR nicht nur auf die Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit, sondern auch auf soziale Aspekte wie Barrierefreiheit.

Besonders zukunftsweisend sind die SPAR-Klimaschutzmärkte. An diesen Standorten testet SPAR die neuesten energiesparenden Technologien auf ihre Alltagstauglichkeit und somit die Möglichkeit für einen Roll-out auf alle SPAR-Standorte Österreichs. 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. Durch den Einsatz der so getesteten Technologien spart SPAR an jedem Neu- und Umbaustandort mindestens 30 Prozent Energie ein. Der neueste Klimaschutz-Supermarkt eröffnete 2013 in Söll (T). Weitere Vorzeige-Märkte stehen in St. Gilgen (S), Wien, Murau (Stmk.), Graz (Stmk.), Linz (OÖ) und Sulz (V).

„Eine ÖGNI-Zertifizierung kann nur dann vergeben werden, wenn ein umfangreicher und ganzheitlicher Kriterienkatalog erfüllt wird. Die Ansprüche sind hoch und nur die besten Gebäude haben Gold verdient.“



MMag. Philipp Kaufmann MMAS
ÖGNI-Gründungspräsident



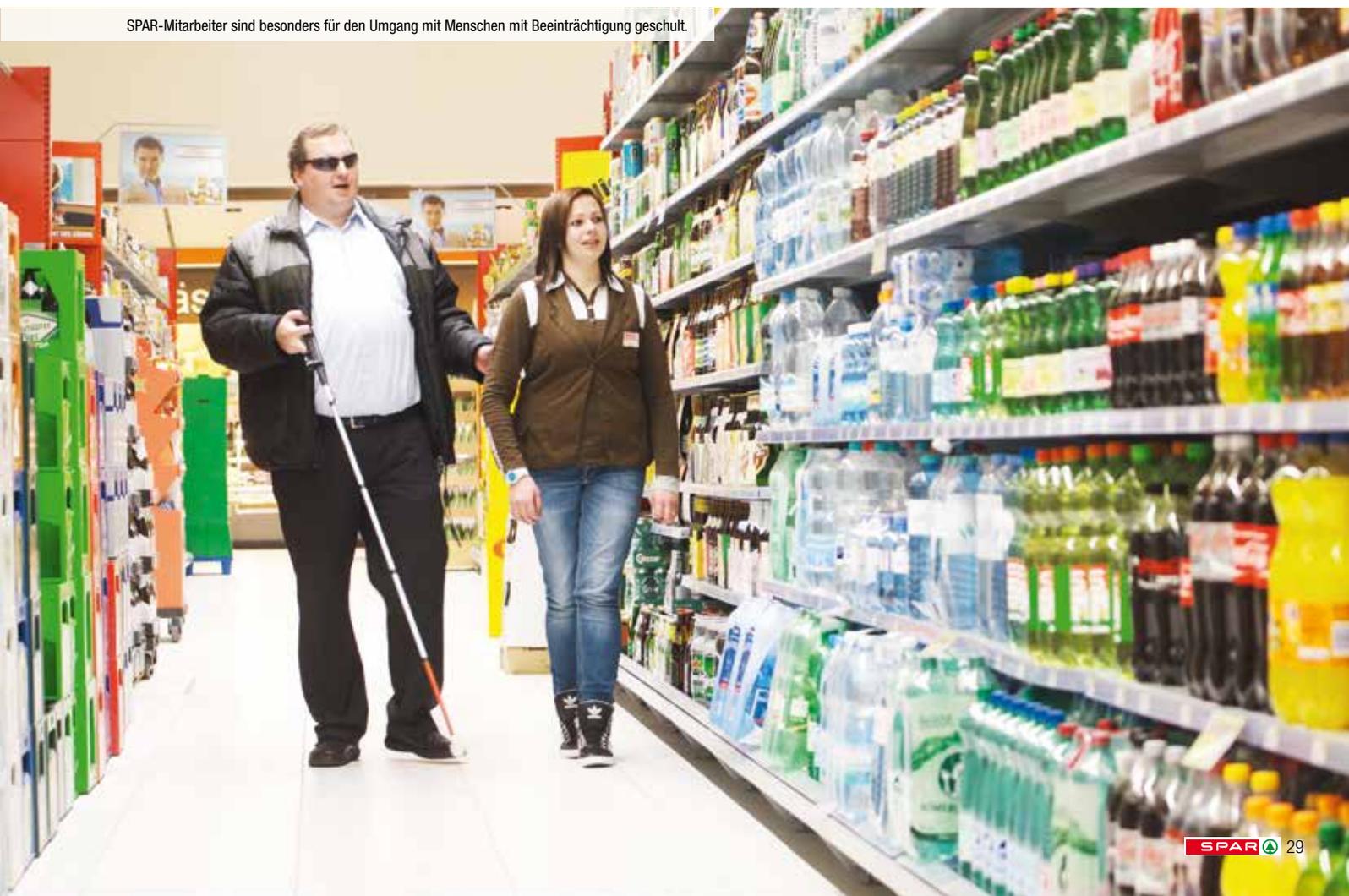
Die Nachhaltigkeit der Klimaschutz-Supermärkte wurde von der ÖGNI (Österreichische Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft) durch die Gold-Zertifizierung bestätigt. Diese ÖGNI-Zertifizierung ist die einzige Auszeichnung, die über die Grenzen Österreichs anerkannt und somit international vergleichbar ist. Damit unterwirft sich SPAR strengsten Richtlinien, die nicht nur den Energieverbrauch betrachten, sondern auch Recycling-Aspekte und soziale Komponenten.



„Supermarkt der Zukunft“ heißt für SPAR auch, einen Beitrag zu Gleichstellung und Integration zu leisten. Motorische Barrierefreiheit der Supermärkte ist für SPAR daher eine Selbstverständlichkeit. So wie Klimaschutz-Technologien testet SPAR im Supermarkt der Zukunft in Linz-Froschberg auch zusätzliche Technologien für die Barrierefreiheit sensorisch eingeschränkter Menschen. Zusammen mit dem gemeinnützigen Verein freiraum europa, der sich für eine selbstständige Lebensführung und Inte-

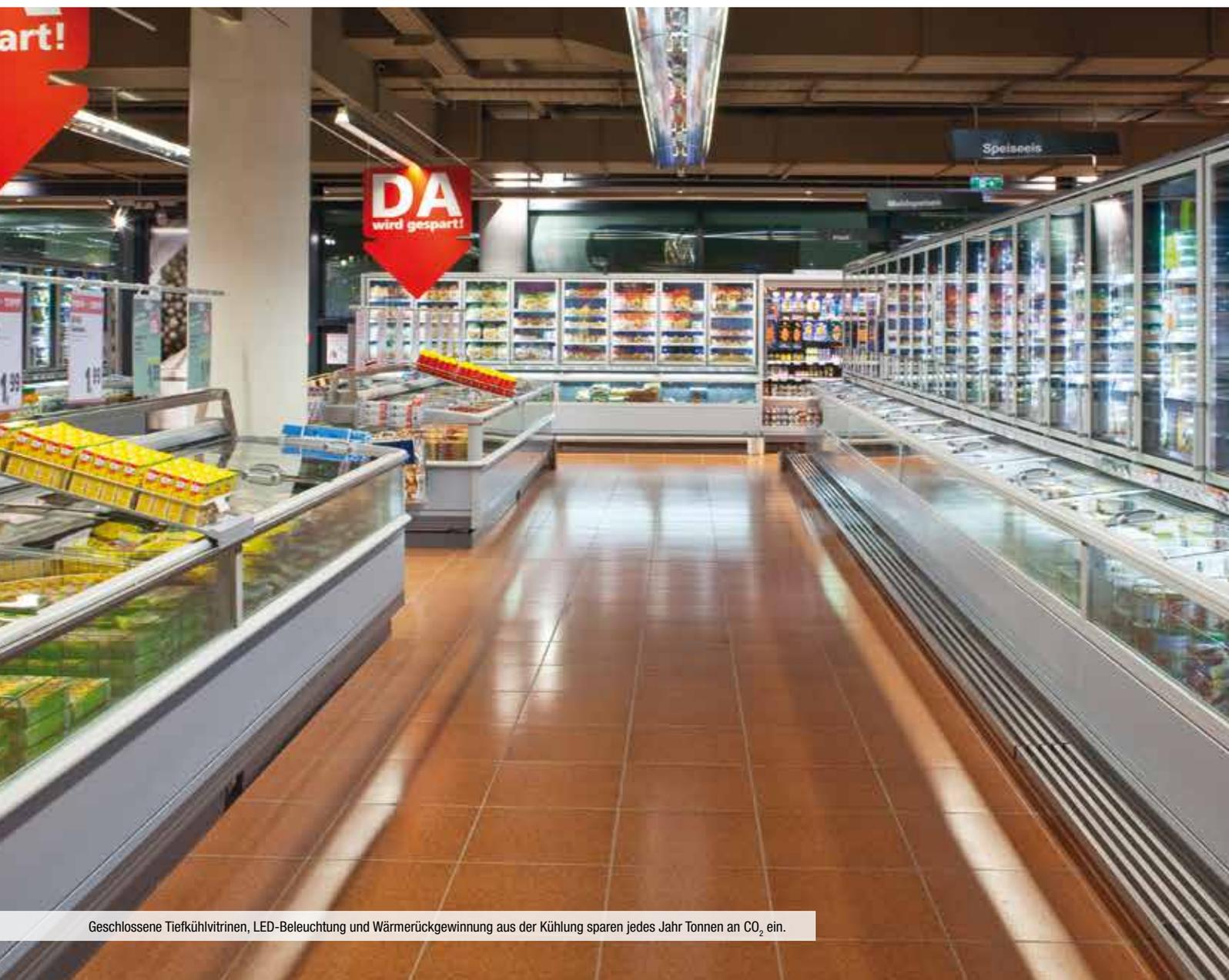
gration aller Menschen starkmacht, wurden im Eingangsbereich Akustikbojen installiert, die sehbeeinträchtigten Menschen den Weg weisen. An der Feinkostbedientheke sowie an den Kassen erleichtern Induktionsanlagen schwerhörigen Menschen die Kommunikation. Über die technischen Maßnahmen hinaus sind die SPAR-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter speziell im Umgang mit Menschen mit besonderen Bedürfnissen geschult, um beim Einkauf optimale Unterstützung bieten zu können.

SPAR-Mitarbeiter sind besonders für den Umgang mit Menschen mit Beeinträchtigung geschult.





Eine von derzeit elf Photovoltaik-Anlagen betreibt SPAR auf dem SPAR-Supermarkt Linz-Holzstraße. Bei der Eröffnung (v.l.): SPAR-Vorstandsdirektor Hans K. Reisch, SPAR-Oberösterreich-Geschäftsführer Jakob Leitner, Landtagsabgeordnete Ulrike Schwarz und Gerald Geiger, Leiter für Bau/Energie/Technik bei SPAR.



Geschlossene Tiefkühlvitrinen, LED-Beleuchtung und Wärmerückgewinnung aus der Kühlung sparen jedes Jahr Tonnen an CO₂ ein.



2013 startete Wien Energie ein Bürgerbeteiligungsmodell mit SPAR-Gutscheinen.

GROSSES UNTERNEHMEN – GROSSES POTENZIAL

Die Energiestrategie basiert bei SPAR auf drei Säulen. An erster Stelle steht die Energieeffizienz, denn der sauberste Strom ist jener, der nicht gebraucht wird. 50 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. Durch effektives Energiemanagement ist der Stromverbrauch pro m² trotz gestiegener Anforderungen an die Kühlung in den letzten drei Jahren um 2,7 Prozent gesunken. Bei Neubauten erreicht SPAR sogar 50 Prozent Reduktion.

Bei den Energielieferanten wird auf sauberen Strom geachtet: der im Jahr 2013 zugekaufte Strom (VKW, TIWAG, Salzburg AG) stammte laut E-Control zu 89 Prozent aus Wasser- oder Windkraft. Damit setzt er pro Kilowattstunde nur ein Viertel des CO₂ frei, der für den durchschnittlichen österreichischen Strommix typisch ist. Zudem kauft SPAR keine Grünstromzertifika-

te, sondern erzeugt Strom am Dach für den darunterliegenden Supermarkt selbst.

Elf Photovoltaik-Anlagen werden derzeit betrieben, 20 weitere sind in Planung. Die neuesten Anlagen eröffnete SPAR 2013 in der Siemensstraße in Wien und in der Holzstraße in Linz. Mit der Inbetriebnahme der Anlage in Linz baut SPAR die Gesamtleistung auf 620 kWp aus – genug Energie, um 170 Haushalte ein Jahr mit umweltfreundlichem Strom zu versorgen. Und auch Bürger ohne Möglichkeit, eigene PV-Module zu betreiben, können in Solarenergie investieren: Wien Energie hat 2013 ein Bürgerbeteiligungsmodell lanciert, bei dem Bürger PV-Module finanzieren, die auf SPAR-Standorten installiert werden. Einen Teil der Investition sowie eine Vergütung bekommen die Kunden in Form von SPAR-Gutscheinen über die Laufzeit von 25 Jahren retour. Den erzeugten Strom verbraucht SPAR direkt am Standort. Die angebotenen über 600 Paneele waren innerhalb von zwei Tagen verkauft.

BAU & LOGISTIK

ENERGIEVERBRAUCH BEI SPAR

In GWh



ENERGIEVERBRAUCH

(Strom*, Heizen, Eigenfuhrpark) je m² Vkf.



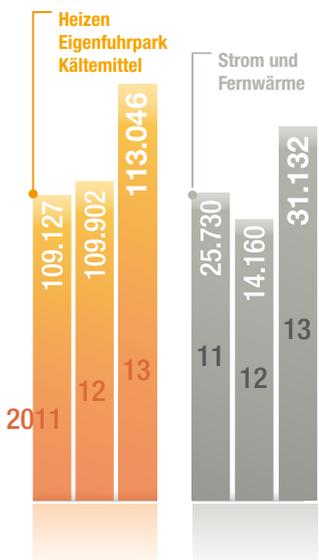
* Laut E-Control erzeugen unsere Stromlieferanten 89 % des gelieferten Stroms mit erneuerbaren Energiequellen (Wasser- und Windkraft, Photovoltaik).

Zwischen 2011 und 2013 wurde der Energieverbrauch (Strom, Heizen, Verkehr) je m² Verkaufsfläche um 2,1 Prozent auf 572,1 kWh/m² reduziert (5,8% bezogen auf 2009).

Aufgrund von zusätzlichem Kältemittelnutzung erhöhten sich die spezifischen Treibhausgasemissionen auf 51,22 kg CO₂/m² Verkaufsfläche.

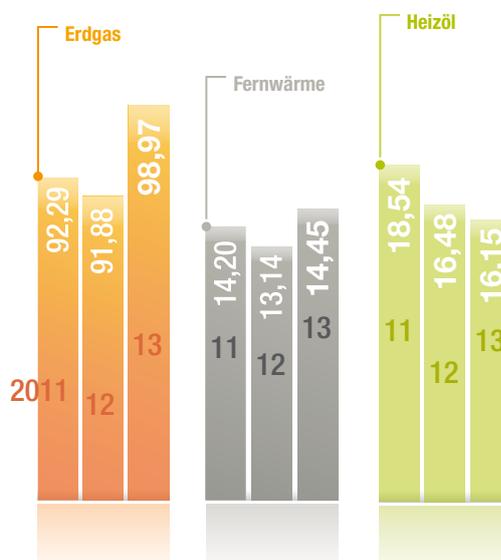
TREIBHAUSGAS-EMISSION

in t CO₂ äqu



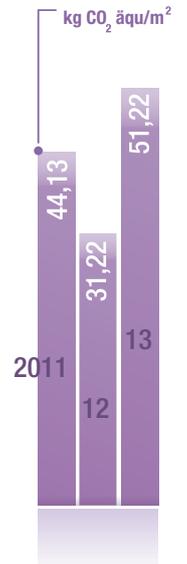
ENERGIEVERBRAUCH

für das Heizen in GWh



CO₂-FUSSABDRUCK

aus Strom/Heizen* pro m² Verkaufsfläche



Alle diese Werte wurden mit der Software SOFI ermittelt. SOFI ist eine von GRI zertifizierte Software von PE-International (<https://www.globalreporting.org/reporting/reporting-support/certified-software-and-tools/Pages/default.aspx>).



SPAR brachte den ersten Vollhybrid-Lkw auf Österreichs Straßen.

DIE LOGISTIK

Wenn Produkte nachhaltig optimal hergestellt wurden, geht es anschließend auch darum, wie sie über den Handel zum Konsumenten auf den Tisch gelangen. SPAR beliefert täglich über 1.500 Standorte in ganz Österreich. Eine ausgeklügelte Logistik stellt sicher, dass alle Waren zum richtigen Zeitpunkt und in der richtigen Menge an den Standorten ankommen. Dafür wird eine moderne Lkw-Flotte eingesetzt, die von sechs Regionallagern aus das ganze Land mit frischen Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs versorgt. Lkw-Fahrten an sich können nicht umweltfreundlich oder sauber sein, denn fast jeder gefahrene Lkw-Kilometer erzeugt CO₂ und belastet somit die Umwelt. SPAR arbeitet jedoch laufend daran, die Effizienz zu steigern und Kilometer einzusparen. Dank einer optimierten Routenplanung und besserer Auslastung der Lkw pro Fahrt können seit 2004 jährlich rund 2,38 Mio. Lkw-Kilometer eingespart werden.

SPAR hat 2011 den ersten Hybrid-Lkw im deutschsprachigen Raum in Betrieb genommen, der im Wiener Stadtverkehr unterwegs ist. Der 20-Tonnen-Hybrid-Lkw weist einen um bis zu 20 Prozent geringeren Treibstoffverbrauch wie auch CO₂-Emissionen auf als herkömmliche Lkw. Erst ab dem zweiten Gang wird der Dieselmotor gestartet, Elektro- und Dieselmotor laufen dann zur Optimierung des Kraftstoffverbrauchs parallel.

Zusätzlich sorgen fünf Elektroautos der Marke Mitsubishi in den SPAR-Zentralen in Dornbirn, Wörgl, Marchtrenk, St. Pölten und Maria Saal für eine jährliche CO₂-Einsparung von rund 4.000 kg im Vergleich zu herkömmlichen Autos.

Lange vor dem Inkrafttreten der Euro-6-Abgasnorm setzt SPAR seit 2013 beinahe abgasfreie Lkw für die Versorgung der Märkte ein. Bis Jahresende stellte SPAR 22 Euro-6-Lkw von MAN in Dienst, die bei den Feinstaub- und Stickoxiden beinahe emissionsfrei sind.



Beinahe abgasfreie Euro-6-Lkw sind seit 2013 im Einsatz.



Fünf Mitsubishi i-MiEV stehen für Stadtfahrten zur Verfügung.



Die Lieferbox bringt's: Einkäufe werden im Stadtgebiet per E-Bike zugestellt.

Ein einzigartiges Projekt hat INTERSPAR 2013 in Salzburg-Lehen initiiert. Alle Kundinnen und Kunden, die bei INTERSPAR in Lehen einkaufen, können sich um 2 Euro ihre Einkäufe von der

INTERSPAR-Lieferbox am selben Tag zustellen lassen. Die Einkäufe werden in Schließfächern abgegeben, von Zustellern abgeholt und zum gewünschten Zeitpunkt zugestellt. Die Zustellung erfolgt durch arbeitsmarktferne Jugendliche und junge Erwachsene, die beim Verein FAB angestellt sind und durch das Projekt wieder schrittweise an den Arbeitsmarkt herangeführt werden. Für den umweltfreundlichen Transport hat INTERSPAR in Kooperation mit KTM acht Elektrobikes mit Anhänger bereitgestellt.



Über 100 Gratis-E-Tankstellen betreibt SPAR.

Für Kunden stellt SPAR an über 100 Standorten E-Bike- und E-Car-Ladestationen zur Verfügung. An diesen können Fahrzeuge während des Einkaufs kostenfrei geladen werden. Im Rahmen des EU-Projekts Cyclelogistics absolvierten 2012 und 2013 250 Testkäuferinnen und Testkäufer ihre Einkäufe mit dem Fahrrad statt mit dem Auto. Die Erkenntnisse, die bei diesen in acht europäischen Ländern durchgeführten Kampagnen gewonnen werden, sollen auch dazu beitragen, die Infrastruktur in Städten und vor Geschäften fahrradfreundlicher zu gestalten. SPAR unterstützte das Projekt durch den Verkauf von praktischem Fahrradzubehör zu Spezialkonditionen an Testpersonen sowie durch besondere Angebote für die „Radlerinnen“ und „Radler“.



GESELLSCHAFT

SPAR setzt Zeichen für die Gesellschaft: Einerseits liegt SPAR die Kundenzufriedenheit am Herzen, andererseits engagiert sich SPAR für die Schwächsten der Gesellschaft.

DIE KUNDEN – UNSERE ZIELGRUPPE

Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden steht nicht nur im Zentrum aller SPAR-Märkte. Kundinnen und Kunden repräsentieren auch die Gesellschaft mit ihren vielfältigen und manchmal auch gegensätzlichen Erwartungen an Lebensmittel und Unternehmen. Die Ergebnisse von Kundenbefragungen werden daher von SPAR sehr ernst genommen. Anregungen von Kundenseite zeigen SPAR wichtige Verbesserungspotenziale auf und sind für die strategische Weiterentwicklung von Bedeutung.

KUNDENZUFRIEDENHEIT

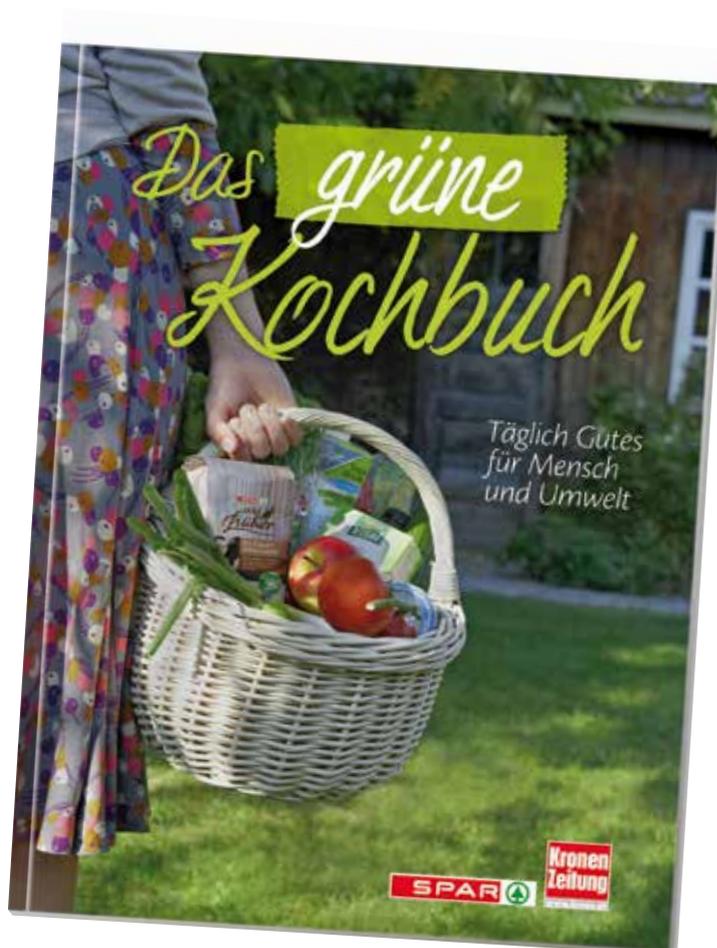
Bei der zuletzt 2012 stattgefundenen großen Imagebefragung zum Lebensmitteleinzelhandel stand SPAR in vielen Einzelkategorien und bei den zusammenfassenden Gesamtindikatoren „Wohlfühlindex“, „Mitarbeiter“ und „Nachhaltigkeit“ an der Spitze.* Die Kundenbefragung 2012 belegt, dass 95 Prozent aller Kunden mit ihren Märkten zufrieden sind, 67 Prozent davon waren sehr zufrieden. Beide Werte konnten im Vergleich zu 2011 gesteigert werden. Besonders gut wurden die Mitarbeiter, die Einkaufsdauer und die Sauberkeit bewertet. Diese Befragung unterstreicht unter anderem die Bedeutung, die – neben der Vielfalt und der Preiswürdigkeit – vor allem auch das Angebot an Bioprodukten und regionalen Produkten für die Kunden heute hat, sowie den hohen Stellenwert der Frischwaren. 77,7 Prozent der Kundinnen und Kunden waren mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr zufrieden und 17,7 Prozent zufrieden. Die Befragung belegt auch, dass aus Kundensicht Verbesserungspotenzial besteht bei: Vielfalt des Angebots, Frische vor allem im Bereich Obst und Gemüse und beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Der Trend zu noch größerer Vielfalt, noch günstigeren Preisen und alles so frisch wie möglich hält an. Die nächste Kundenbefragung findet 2014 statt.

NACHHALTIGE KUNDENKOMMUNIKATION

Kommunikation ist Teil des Nachhaltigkeitsprozesses (siehe Grafik S. 6). SPAR kommuniziert daher als ökologisch nachhaltiges und sozial verantwortungsvolles Unternehmen die CSR-Aktivitäten nach innen (Mitarbeiter) und außen (Kunden, Medien). Die Säulen der Kommunikation sind die Mitarbeiterinformation über die Zeitschriften „Meine TANNE“, „CONTACT“ und „Insider“, direkte Kundenansprache am POS, die Kundenzeitschrift „SPAR Mahlzeit!“, die Website spar.at/nachhaltigkeit und die Medienarbeit.

SPAR sieht es auch als Aufgabe, Kunden über nachhaltigen Lebensstil zu informieren. Das Kundenmagazin „SPAR Mahlzeit!“ widmet sich in jeder Ausgabe nachhaltigen Themen und gibt Tipps und Rezepte.

Kommunikativer Schwerpunkt im vergangenen Jahr war das Thema Lebensmittelverschwendung. Möglichkeiten zur Vermeidung wurden in einer Sonderausgabe der „SPAR Mahlzeit!“, einem eigenen Grünen Kochbuch in Kooperation mit der Kronen Zeitung und einem grünen Flugblatt sowie auf www.spar.at/nachhaltigkeit den Kunden vermittelt.



* Quelle: Marketagent.com, „Handels-Check, Lebensmittel-Einzelhandel“, Februar 2012

GESUNDE ERNÄHRUNG VON KINDHEIT AN

SPAR engagiert sich an Schulen, um mit Kindern und Jugendlichen über den Aspekt Gesundheit bei der Ernährung ins Gespräch zu kommen.

In Zusammenarbeit mit SIPCAN, einem unabhängigen Verein für Gesundheitsförderung, bietet SPAR seit 2007 Wiener Schulbuffet-Betreibern ein umfassendes Sortiment an ernährungswissenschaftlich geprüften SPAR-Produkten zu Selbstkosten an.

EINE 2013 ERSTELLTE STUDIE ZEIGT*:

-  *dass an Schulen ohne SPAR-Produkten 65 Prozent der Kinder normalerweise zu Eistee greifen, an Schulen mit SPAR-Produkten nur 19 Prozent.*
-  *An Schulen mit SPAR-Produkten kaufen nur halb so viele Kinder Süßigkeiten wie an Schulen ohne SPAR-Produkte.*
-  *Zu Süßigkeiten greifen an Schulen mit SPAR-Produkten nur halb so viele Kinder (27 zu 55 Prozent) wie an Schulen ohne dieses Angebot.*
-  *Weißbrot wird an Schulen mit SPAR-Produkten nur von einem Viertel der Kinder konsumiert (46 zu 62 Prozent).*
-  *Obst und Gemüse haben an Schulen mit SPAR-Produkten indes mehr Abnehmer (37 zu 30 Prozent).*
-  *An Schulen mit SPAR-Produkten werden mehr als dreimal so viel Milchprodukte konsumiert (34 zu 10 Prozent) wie an Schulen ohne SPAR-Produkte.*

Diese Ergebnisse der SPAR-Kooperation für gesündere Ernährung in der Schule wurden im Rahmen einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit präsentiert.

* Quelle: GfK-Studie zum Ernährungsverhalten Wiener Schulkinder, 2013





Der Verkauf der „Herzbrote“ brachte 2013 30.000 Euro für die Pro Mente Kinderseelenhilfe ein.

SPAR SETZT ZEICHEN: FÖRDERPROGRAMM

Als eines der größten österreichischen Unternehmen ist sich SPAR ihrer Verantwortung auch für die Gesellschaft bewusst. SPAR sieht es als ihre Aufgabe, sich für diese Gesellschaft starkzumachen, sie in ihrer Entwicklung und Gemeinschaft zu unterstützen. In langfristigen Kooperationen mit Umweltschutz-Organisationen wie ARCHE NOAH, dem WWF und österreichischen Vereinen mit gesellschaftlichem Nutzen wie SIPCAN nutzt SPAR seinen Einfluss als Handelsunternehmen und trägt so einen Teil dazu bei, dass unsere Welt ein Stück besser wird.

Im sozialen Bereich unterstützt SPAR national große Organisationen und regional lokale Initiativen, Veranstaltungen und Projekte auch finanziell im Rahmen des SPAR-Förderprogramms.

Der Fokus des nationalen „SPAR setzt Zeichen“-Förderprogramms liegt auf Sozialsponsoring und der Zusammenarbeit mit

etablierten österreichischen Hilfsorganisationen. Auch auf regionaler Ebene werden vorrangig soziale Projekte unterstützt, hier sind aber auch Sport- und Kultur-Sponsoring möglich.

Zusätzlich zu Spendenaktivitäten unterstützt SPAR regionale Hilfsorganisationen in Krisenfällen durch Personal. SPAR wertschätzt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren soziales Engagement. Daher stellt SPAR Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ehrenamtlich bei der Feuerwehr, Bergrettung oder ähnlichen Hilfsorganisationen tätig sind, im Krisen- oder Katastrophenfall gerne frei.

Durch Verkaufsaktionen und Spenden von SPAR selbst konnten im Jahr 2013 rund 980.000* Euro an Sozialinstitutionen übergeben werden. Die größten Spendenempfänger waren:

* Inkl. Spendensumme des Konzernunternehmens SES Spar European Shopping Centers.



75.000 Euro übergab INTERSPAR Österreich Geschäftsführer Mag. Markus Kaser (r.) an Mag. Christian Moser, Geschäftsführer von SOS-Kinderdorf.

„INTERSPAR ist nun seit zehn Jahren eine verlässliche und großzügige Unterstützung für unsere SOS-Kinderdörfer in Österreich. Und auch heuer können wir durch die Spende von 75.000 Euro unseren Kindern wieder ein Leben in Geborgenheit in unseren Dörfern bieten.“

Mag. Christian Moser
Geschäftsführer
SOS-Kinderdorf
Österreich

LICHT INS DUNKEL

SPAR ist einer der größten Überbringer von Spenden an die österreichische Hilfsaktion. SPAR spendete auch 2013 den Erlös aus dem Verkauf der „Licht ins Dunkel“-Produkte an die Hilfsaktion. Die insgesamt 330.000 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 österreichischen Familien schnell und unbürokratisch unter die Arme greift.



INGO SAMMELT FÜR SOS-KINDERDORF ÖSTERREICH

Bereits seit 2004 ist INTERSPAR, das größte Tochterunternehmen von SPAR Österreich, Partner von SOS-Kinderdorf in Österreich und hat mit Mal- und Rezeptwettbewerben sowie mit speziellen Verkaufsaktionen die österreichischen SOS-Kinderdörfer tatkräftig unterstützt. Seit 2008 hat der jeweils nächstgelegene INTERSPAR-Hypermarkt die Hauspatenschaft in einem der elf österreichischen SOS-Kinderdörfer übernommen.

2013 war die Aktion des INGO-Klingelton-Downloads ein großer Erfolg, bei der INTERSPAR für jeden kostenlosen Download des coolen INGO-Songs als Klingelton automatisch einen Euro an SOS-Kinderdorf spendete. Auch der INGO-Malwettbewerb zur Gestaltung eines Memory-Spiels war ein voller Erfolg.

Insgesamt spendete INTERSPAR 2013 75.000 Euro an SOS-Kinderdorf Österreich. Seit Beginn der Kooperation hat INTERSPAR das SOS-Kinderdorf mit 893.000 Euro unterstützt.



Gesundes Kinderdorf: SPAR Steiermark unterstützt das Anton-Afritsch-Kinderdorf bei gesunder Ernährung.

REGIONAL VERWURZELT, REGIONAL AKTIV

SPAR ist mit den sechs Regionalzentralen in ganz Österreich daheim. Dementsprechend regional ist auch das Spendenprogramm der einzelnen SPAR-Zentralen. Einerseits werden Teile des „Licht ins Dunkel“-Spendenbetrags für regionale Sozialprogramme vergeben. Andererseits unterstützen die SPAR-Zentralen zusätzliche Projekte in ihrer direkten Umgebung, wie beispielsweise die Zentrale Graz das Anton-Afritsch-Kinderdorf (siehe Bild).

SCHMETTERLINGSBROT FÜR DEBRA-AUSTRIA

Bereits seit 2007 hilft INTERSPAR Schmetterlingskindern, die an der seltenen, genetisch bedingten Hautkrankheit Epidermolyse bullosa leiden, durch den Verkauf von eigens kreierten Brioche. Das „Schmetterlingsbrot“ ist eine köstliche Brioche, die die INTERSPAR-Frischebäcker von Hand formen und mit Hagelzucker bestreuen. Der Erlös aus dem Verkauf des Schmetterlingsbrots kommt direkt in die Spendenkasse. Im Jahr 2012 spendeten INTERSPAR-Kundinnen und -Kunden 39.000 Euro durch den Kauf.

GUTES FÜR DAS INTEGRATIONSHAUS WIEN

Gemeinsam mit dem Weingut Heinrich aus Gols (Bgl.) sammelte SPAR 2013 73.000 Euro für das Projekt „Cherub“ des Integrationshauses Wien. Der Betrag stammt aus dem Verkauf der Weine „Guter Blaufränkisch“, „Guter Zweigelt“ und „Guter St. Laurent“, mit denen Gernot und Heike Heinrich etwas Gutes für das Integrationshaus Wien tun wollten. Unterstützt wird die Aktion unter anderem von Willi Resetarits.

HERZEN FÜR DIE KINDERSEELENHILFE

Durch den Kauf von Herzbroten der Traditionsbäckerei Haubi's bei SPAR haben Kundinnen und Kunden 30.000 Euro gespendet. Seit Anfang 2013 verkauft SPAR in ganz Österreich zwei Sorten „Herzbrot“, ein Roggenmischbrot in Herzform, und ein Topfen-Zimt-Herz. Bis Ende Juli wanderte ein Teil des Erlöses jedes verkauften Gebäcks in den Spendentopf. Die Kinderseelenhilfe von Pro Mente Salzburg bietet Kindern und Jugendlichen mit seelischen Beschwerden Beratung und Hilfe mit Herz.

An den Vorstand der SPAR Österreichische Warenhandels-AG

UNABHÄNGIGER BESTÄTIGUNGSBERICHT

Unabhängige Prüfung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts 2013 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“) des vorliegenden „Nachhaltigkeitsbericht 2013“ (nachfolgend „Bericht“) beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach der GRI G4 KERN-Option. Der Prüfungsumfang leitet sich aus dem GRI Index ab.

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

Gemäß der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhänderberufe“¹ ist unsere Haftung beschränkt. Demnach haftet der Berufsberechtigte nur für vorsätzliche und grob fahrlässig verschuldete Verletzungen der übernommenen Verpflichtungen. Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die maximale Haftungssumme gegenüber der SPAR Österreichische Warenhandels-AG und etwaigen Dritten insgesamt EUR 726.730.

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 den Berichten überprüft.
- ▶ Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften finanziellen Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner weiteren Prüfung unterzogen. Wir überprüften lediglich die GRI-konforme Darstellung dieser Daten im Bericht.
- ▶ Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auftrags.

KRITERIEN

Wir beurteilten die Informationen im Bericht auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2013 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- ▶ GRI-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung G4 Option KERN²
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 des Berichts 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 im Bericht auf Basis einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Prüfauftrag unter Beachtung des „International Federation of Accountants“ ISAE3000³-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.

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 Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- ▶ Durchführung von Interviews mit Unternehmensverantwortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen, welche die Erhebung der Informationen für den Bericht unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen im Bericht 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 im Bericht;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Durchführung von Standortbegehungen in Salzburg, Marchtrenk und Linz, um Nachweise zur Leistung 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 hinsichtlich Kernthemen, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen worden sind, über welche in externen Medien Bericht erstattet worden ist und zu welchen wesentlichen Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- ▶ Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von SASB⁴, IIRC⁵ und GRI;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen im Bericht 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 im Bericht nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Wien, 16. April 2014

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

ppa. Christine Jasch e.h.



¹ Fassung vom 21. Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Kapitel 8, http://www.kwt.or.at/de/PortalData/2/Resources/downloads/downloadcenter/AAB_2011_de.pdf

² <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>

³ 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

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

⁵ <http://www.theirc.org/international-ir-framework/>

GRI-INDEX

SPAR Österreich hat den Anspruch, sich ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltig zu entwickeln. Um diese Entwicklung vergleichbar und überprüfbar zu machen, berichtet SPAR Österreich in diesem Nachhaltigkeitsbericht nach den Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) Leitlinien G4 Kernoption.

G4 ALLGEMEINE STANDARDANGABEN			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
STRATEGIE UND ANALYSE			
G4-1 ●●	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers zu Nachhaltigkeit.	S.3	
G4-2 ●●	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen.	S.4	
ORGANISATIONSPROFIL			
G4-3 ●●	Namen der Organisation.	S.45	
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.	http://bit.ly/1hwGJev	Für die Systemgrenze des NHB wird keine separate Bilanzierung durchgeführt, daher wird die Kapitalisierung nicht berichtet.
G4-10 ●●	Gesamtzahl der Beschäftigten.	S.22	
G4-11 ●●	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind.	In Österreich gesetzlich geregelt	
G4-12 ●●	Lieferkette der Organisation.	S.12	
G4-13 ●●	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraumes.	S.45	
G4-14 ●●	Behandlung des Vorsorgeansatzes oder des Vorsorgeprinzips.	S.4	
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	
G4-16 ●●	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessensverbänden.	Wirtschaftskammer Österreich, SPAR International, respACT	
ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN			
G4-17 ●●	Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind.	www.spar.at/unternehmen	
G4-18 ●●	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung des Aspekts.	S.8	
G4-19 ●●	Wesentliche Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden.	Wirtschaftliche Leistung, Marktpräsenz, Beschaffung, Energie, Biodiversität, Emissionen, Beschäftigung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Aus- und Weiterbildung, Vielfalt und Chancengleichheit, Gleichbehandlung, Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechtsaspekten, lokale Gemeinschaften, Korruptionsbekämpfung, Politik, wettbewerbswidriges Verhalten, Compliance, Kundengesundheit und -sicherheit, Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen, Marketing, Schutz der Privatsphäre von Kunden, Tiergesundheit, gesunde und leistbare Lebensmittel	
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 Stakeholder priorisiert und deshalb in den 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.	S.45	
G4-23 ●●	Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen.	S.45	
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
G4-24 ●●	Von der Organisation eingebundene Stakeholdergruppen.	S.8	
G4-25 ●●	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden werden sollen.	S.8 und http://bit.ly/1oG6suY	
G4-26 ●●	Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern.	S.8	
G4-27 ●●	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind.	S.8	
BERICHTSPROFIL			
G4-28 ●●	Berichtszeitraum	S.45	
G4-29 ●●	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts.	S.45	
G4-30 ●●	Berichtszyklus	S.45, geplant ist eine zweijährige Berichterstattung.	
G4-31 ●●	Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte.	S.45	
G4-32 ●●	a. Nennen Sie die von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option. b. Nennen Sie den GRI-Index für die gewählte Option. c. Nennen Sie die Referenz zum externen Prüfungsbericht.	a. Kernoption b. S.42 c. S.41	
G4-33 ●●	Verfahrensweise und gegenwärtige Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts.	Zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit sowie Vergleichbarkeit wurde der vorliegende NHB durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H einer Prüfung mit begrenzter Prüfsicherheit unterzogen.	
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
G4-34 ●●	Führungsstruktur der Organisation.	S. 7, www.spar.at/unternehmen	
G4-35 ●●	Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen vom höchsten Kontrollorgan an Führungskräfte.	S. 7	
G4-36 ●●	Position auf Vorstandsebene oder Position mit Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen.	S.7	

GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
ETHIK UND INTEGRITÄT			
G4-56 ●●	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen	S.3, 6	Für den konzernalen Einkauf und das Sortimentsmanagement liegt zudem eine verbindliche Verhaltensrichtlinie vor. Ein genereller Code of Conduct ist in Entwicklung.

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
G4-DMA	Angaben zum Management-Ansatz		Die wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte wurden im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse erarbeitet (siehe S. 7). Die Beschreibung der jeweiligen Management-Ansätze ist aus der Referenz bei den Einzelkennzahlen ersichtlich.

WIRTSCHAFTLICH			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
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 Publizierungspflicht und wird daher nicht berichtet.
G4-EC 2 ●●	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen.	S.4	
G4-EC 3 ●●	Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan.		Zusätzlich zur gesetzlich verpflichtenden Pensionsversicherung zahlt SPAR für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab dem 5. Dienstjahr einen gehaltsabhängigen Betrag in eine private Pensionskasse.
MARKTPRÄSENZ			
G4-EC 5 ●	Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an Hauptgeschäftsstandorten.		Einstiegsgehälter orientieren sich am Kollektivvertrag und sind nicht geschlechterspezifisch differenziert.
BESCHAFFUNG			
G4-EC 9 ●●	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten.	S.12	

ÖKOLOGISCH			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
ENERGIE			
G4-EN 3 ●●	Energieverbrauch innerhalb der Organisation.	S.32 und Umschlag vorne	
G4-EN 5 ●●	Energieintensität	S.32	
G4-EN 6 ●●	Verringerung des Energieverbrauchs.	S.31	
BIODIVERSITÄT			
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, 14, 15, 17	
EMISSIONEN			
G4-EN 15 ●●	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S.32	
G4-EN 16 ●●	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	S.32	
G4-EN 18 ●●	Intensität der THG-Emissionen.	S.32	
G4-EN 19 ●●	Reduzierung der THG-Emissionen.	S. 31-33	
ABWASSER UND ABFALL			
G4-EN 23 ●	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode.	Alle Folien und Kartons sowie Papier aller Standorte werden über die Logistikzentralen der Verwertung zugeführt.	Gesamtabfallmenge kann nicht erhoben werden.
PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN			
G4-EN 27 ●●	Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	S. 14-20	
G4-EN 28 ●●	Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungsmaterialien nach Kategorie.		Gesetzlich müssen in Österreich 100% der in Verkehr gesetzten Verpackungen einem Sammel- und Verwertungssystem (wie z. B. die ARA) oder selbst einer Verwertung zugeführt werden.
COMPLIANCE			
G4-EN 29 ●●	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften.		Die SPAR-AG betreibt unzählige Bauvorhaben, welche über Generaldienstleister abgewickelt werden. Diese werden verpflichtet, die umweltrechtlichen Bestimmungen vollumfänglich einzuhalten. Die interne Bauabteilung prüft die Einhaltung dieser vertraglichen Verpflichtungen. Darüber hinaus prüfen die Bauabteilung und die regionalen Einheiten die Einhaltung der umweltrechtlichen Bestimmungen sämtliche Standorte betreffend. Es wurden generell keine Verstöße festgestellt.
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.33/Treibstoffverbrauch in Liter/m ² Verkaufsfläche 2010: 5,54; 2011: 5,39; 2012: 5,46, 2013: 5,45	

GESELLSCHAFTLICH			
ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
BESCHÄFTIGUNG			
G4-LA 1 ●●	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation.	S.22	
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ			
G4-LA 6 ●●	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle.	S.23	qualitativ beschrieben; Aufgrund von Datenschutz der Mitarbeiter wird nicht getrennt nach Geschlechtern berichtet.
AUS- UND WEITERBILDUNG			
G4-LA 9 ●	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter.	S.24	Trainingstage werden nicht nach Kategorien getrennt erfasst.
G4-LA 11 ●●	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten.		Jahresgespräche sind bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (100%) verpflichtend von den Vorgesetzten jährlich durchzuführen.
VIelfalt und Chancengleichheit			
G4-LA 12 ●	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie.	S.23	Über Alter und Geschlecht hinaus gibt es keine weiteren Mitarbeiterkategorien.

MENSCHENRECHTE		
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO
GLEICHBEHANDLUNG		
G4-HR 3 ●●	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Sexuelle Belästigung kommt im Unternehmen äußerst selten vor. SPAR lebt in diesem Bereich eine Null-Toleranz-Politik.
BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTEN		
G4-HR 10 ●	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden.	SPAR bezieht insgesamt 40.000 Produkte aus Österreich, wo Menschenrechtsverletzungen kein Thema sind. Beim internationalen Zukauf von Waren vertraut SPAR auf anerkannte Labels wie FAIRTRADE, GOTS und GAP.

GESELLSCHAFT		
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO
LOKALE GEMEINSCHAFTEN		
G4-SO 1 ●	Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden.	S.12
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG		
G4-SO 4 ●	Information und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung.	Es gibt eine Antikorruptionspolitik, die grundsätzlich für das ganze Unternehmen gültig ist und besonders in den Bereichen Bau und Einkauf Relevanz hat. In 2012 wurde insbesondere der Einkauf zu wettbewerbsrechtlichen und kartellrechtlichen Aspekten geschult. Schulungen finden regelmäßig statt. Neueintritte müssen einen standardisierten Online-Test absolvieren. Standardisierte Ausschreibungsverfahren samt Bestbieterprinzip sind und werden im Unternehmen angewendet. Die Revision prüft dies in sämtlichen Linien des Unternehmens, das „4-Augen-Prinzip“ muss bei jeglicher Auftragsvergabe eingehalten werden.
G4-SO 5 ●●	Bestätigte Korruptionfälle und ergriffene Maßnahmen.	Korruptionfälle sind nicht bekannt.
POLITIK		
G4-SO 6 ●●	Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem.	Es gibt keine Unterstützung politischer Parteien.
WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN		
G4-SO 7 ●●	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse.	Im Geschäftsjahr 2013 wurden von der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) zwei nicht bezifferte Bußgeldanträge gegen die SPAR-AG eingebracht. Beide Verfahren befinden sich im Anfangsstadium. Aus Sicht von SPAR sind beide Bußgeldanträge unbegründet. Konsequenterweise wurden auch keine bilanziellen Rückstellungen gebildet.
COMPLIANCE		
G4-SO 8 ●●	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften.	Im abgelaufenen Geschäftsjahr keinerlei wesentliche Strafen/Bußgelder.

PRODUKTVERANTWORTUNG		
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO
KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT		
G4-PR 2 ●●	Gesamtzahl der Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit.	Keine Verstöße im Berichtszeitraum.
KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN		
G4-PR 3 ●●	Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind.	Der Lebensmittelhandel unterliegt umfangreichen europäischen und österreichischen Kennzeichnungsvorschriften.
G4-PR 4 ●●	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) und Dienstleistungen.	Im Geschäftsjahr 2013 keinerlei wesentliche Strafen oder Bußgelder.
G4-PR 5 ●●	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit.	S.36
MARKETING		
G4-PR 7 ●●	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung.	Marketing- und Werbemaßnahmen werden regelmäßig durch Rechtsabteilung und Anwälte geprüft. Infolge ständiger Rechtsfortbildung (v. a. durch EU-Gesetzgebung) werden Fragen aufgeworfen, die in einzelnen Gerichtsverfahren geklärt werden. Im Verhältnis zur Anzahl der Marketing-/Werbemaßnahmen, Produktausgaben sind derartige Verfahren verschwindend gering.
SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE VON KUNDEN		
G4-PR 8 ●●	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten.	SPAR sammelt keine Kundendaten auf Basis einer Kundenkarte – der Verlust von derartigen Kundendaten ist daher nicht möglich. Es sind keine Verstöße im Berichtszeitraum bekannt.
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 Rechtsverstöße im Berichtszeitraum. Die Strafsummen liegen in den einzelnen Fällen in der Regel unter Euro 400.

BESCHAFFUNG			
GRI-INDIKATOR	BESCHREIBUNG	SEITE/INFO	OMISSIONS
ALLE ASPEKTE DER BESCHAFFUNG			
G4-FP 1 ●●	Prozent der von Lieferanten bezogenen Waren, die mit der Beschaffungspolitik des Unternehmens konform gehen.	Eigenmarkenverträge enthalten die Referenz zu den BSCI Standards. Diese werden jedoch nicht auditiert. Dies ist bei 100 % der Lieferanten von Eigenmarken der Fall.	
G4-FP 2 ●	Prozent der von Lieferanten bezogenen Waren, die nachweislich nach glaubwürdigen, international anerkannten Standards zu verantwortungsvoller Produktion hergestellt werden.	S.17	Die Systeme zur Erfassung nachhaltiger Aspekte von Produkten werden erst implementiert und daher sind diese Detaildaten noch nicht vorhanden.
G4-FP 4 ●●	Gesundheit und leistbare Nahrung.	S.13, 37	
G4-FP 12 ●●	Strategie und Praxis zur Behandlung mit Antibiotika, Antiphlogistika, Hormonen und/oder wachstumsfördernden Mitteln.	Bei allen relevanten Produkten (Hühnermast, Eier, Fleisch etc.) gibt es Vorgaben für Lieferanten.	

DAS UNTERNEHMEN

SPAR Österreichische Warenhandels-AG
 Europastraße 3
 5015 Salzburg
 Österreich

Geschäftsbereich: Groß- und Einzelhandel Lebensmittel

Hauptsitz: Salzburg

Regionalzentralen: Dornbirn, Wörgl, Marchtrenk, St. Pölten, Graz, Maria Saal

Eigentümerstruktur: 100 % privat

Produktionsbetriebe:

REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung

TANN Fleisch- und Wurstspezialitäten

WEINGUT SCHLOSS FELS

INTERSPAR-Frischbäckereien

1.586 Supermärkte flächendeckend über Österreich verteilt

Alle ökonomischen Kennziffern sind in der veröffentlichten Unternehmensbilanz und im Geschäftsbericht 2013 nachzulesen.

Geschäftsbericht 2013: <http://bit.ly/1muOA16>

Finanzbericht 2013: <http://bit.ly/NBmZiJ>

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

BERICHTSGEGENSTAND

Gegenstand dieses Berichtes ist die SPAR Österreichische Warenhandels AG inklusive ihrer sechs Zweigniederlassungen und ihrer Tochtergesellschaft INTERSPAR inklusive Maximarkt, also der Lebensmittelhandel von SPAR Österreich. Der Bericht konzentriert sich auf Handel und 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-Frischbäckereien sowie die Organisationseinheiten SPAR Business Service und die SPAR-Werbe-gesellschaft MULTITAKT.

Die selbstständigen SPAR-Einzelhändler sind nicht inkludiert. Auch über die Tochterunternehmen Hervis und SES (siehe SPAR-Jahresbericht, Umschlag) wird nicht berichtet, da deren Geschäftsstruktur eine Eingrenzung auf das zu berichtende Land Österreich nicht zulässt. Aufgrund der Datenqualität ist der Bericht auf Österreich beschränkt und für Österreich vollständig. Eine Ausweitung auf weitere SPAR-Länder ist in den kommenden Jahren möglich und angestrebt.

Dies ist der erste veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht, der vorgelegt wird. Er beschreibt die Entwicklung und den aktuellen Stand der Nachhaltigkeits- und CSR-Aktivitäten des Unternehmens im Kalenderjahr 2013.



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

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



Dieses Papier stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen.
www.pefc.at



Höchster Standard für Ökoeffektivität.
Weltweit einzigartig: Cradle-to-Cradle®
Druckprodukte innovated by gugler*.