SPAR HOLDING AG

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018

Inhalt

1. VORWORT DES VORSTANDS 5

2. DIE SPAR ÖSTERREICH GRUPPE 7
2.1. Säulen der SPAR Holding 7
2.2. Erfolgreiches Geschäftsjahr 2018 8
2.3. Aktuelle Entwicklungen im Handel 8
2.3.1. Allgemeine Chancen und Risiken im Handel 9
2.3.2. Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht 9
2.3.3. Der Beitrag von SPAR zu den Sustainable Development Goals 12
2.4. Nachhaltigkeit bei SPAR 14
2.4.1. Eigenverantwortung von allen Mitarbeitenden 14
2.4.2. Nachhaltigkeitsmanagement 14
2.4.3. Umfasste Unternehmen dieses Berichts 15
2.4.4. Stakeholder-Einbindung und wesentliche Themen 15
2.5. Management-Ansätze zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen 17
2.5.1. Bewusste Ernährung 17
2.5.2. Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette 18
2.5.3. Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen 19
2.5.4. Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten 20
2.5.5. Diversity und Chancengleichheit 21
2.5.6. Qualifikation der Mitarbeitenden 22
2.5.7. Arbeitgeber-Attraktivität 23
2.5.8. Energieverbrauch und Klimaschutz 24
2.5.9. Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling 25
2.5.10. Umgang mit Lebensmitteln 26
2.6. Übersicht der SPAR-Ziele 27

3. VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE 30
3.1. Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln 31
3.2. Zucker: SPAR-Initiative für bewusste Ernährung 32
3.3. Weniger Salz in SPAR-Eigenmarken 34
3.4. Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung 34
3.5. Vegetarische und vegane Ernährung 34
3.6. Palmöl-Verzicht bei SPAR-Eigenmarken 35
3.7. Verpackungsreduktion 36
3.7.1. Verzicht auf Plastik-Tragetaschen 37
3.7.2. Verbote von Einweg-Plastik 38
3.7.3. Warum geht es nicht ganz ohne Verpackung? 38
3.8. Tierwohl 39
3.8.1. Verbot von Käfigeiern 39
3.8.2. Mehr Tierwohl bei Schweinen 39
3.8.3. Mehr Tierwohl bei Rindern 41

3.8.4. Tierwohl für weitere Kleintiere in Österreich 41
3.9. Verantwortungsvollster Fischhändler Österreichs 41
3.10. Humus-Anbau 42
3.11. Erhalt der Biodiversität 42
3.12. Regionales Soja 43
3.13. Verantwortungsvolle Outdoor-Bekleidung bei Hervis 43
3.14. Lieferkette und Einkaufsstandards 44
3.14.1. Qualitätsstandards für Produkte 44
3.14.2. Produktionsstandards für Produkte 45
3.14.3. Lieferketten speziell im Sportfachhandel 46
3.14.4. Lieferketten bei der Errichtung von Shopping-Centern 46
3.15. Hohe Standards in SPAR-Produktionsbetrieben 46
3.15.1. TANN-Fleischwerke 46
3.15.2. REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung 47
3.15.3. Weingut Schloss Fels 47
3.15.4. INTERSPAR-Bäckerei 47
3.16. Faire Handelspraktiken 47
3.17. Schutz von Kundendaten 48

4. MITARBEITENDE BEI SPAR 50
4.1. Neue Mitglieder der SPAR-Familie 51
4.2. Vielfalt unter den Mitarbeitenden 57
4.3. Qualifikation der Mitarbeitenden 57
4.3.1. SPAR Education Power Program SEPP 58
4.3.2. Ausbildung von zukünftigen Fachkräften 59
4.3.3. Management-Nachwuchs 60
4.4. Mitarbeitergesundheit 62
4.5. Zusatzleistungen für Mitarbeitende 65
4.5.1. Vereinbarkeit von Beruf und Familie 65
4.5.2. Ehrungen für langjährige Mitarbeitende 65
4.5.3. Einkaufsvorteile und Essenszuschüsse 65
4.6. Mitarbeiterbefragung 66

5. ENERGIE UND UMWELT 67
5.1. SPAR-Energiepolitik 68
5.2. Energie-Effizienz 68
5.2.1. Moderne Kälteanlagen 68
5.2.2. LED-Beleuchtung 69
5.2.3. Umstellung von Heizanlagen 69
5.3. Konstanter Stromverbrauch bei steigendem Komfort 69
5.4. Erneuerbare Energie 73
5.4.1. Strom selbst erzeugen 73
5.4.2. Biomasse nutzen 73
5.5. Lagerlogistik 74

5.5.1. Effizienzsteigerung durch Automatisierung 74
5.5.2. Logistik-Standards 74
5.5.3. Mehrweg-Systeme in der Logistik 74
5.6. Transportlogistik 75
5.6.1. Moderne Flotte, effizienter Einsatz 75
5.6.2. Neue Antriebstechniken 75
5.7. Kundenmobilität 76
5.8. Reduktion von CO_2-Emissionen 76
5.9. Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling 80

6. GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT 81
6.1. Geldspenden an soziale Organisationen 82
6.2. Lebensmittelweitergabe an Sozialorganisationen 82
6.2.1. Genaue Bestellungen 82
6.2.2. Weitergabe an karitative Organisationen 83
6.2.3. Altbrot-Verwertung in Österreich 84
6.3. Förderung von Innovationen und Unternehmergeist 84
6.3.1. ŠTARTAJ SLOVENIJA 84
6.3.2. Young & Urban 85
6.4. Sport-Sponsoring 86
6.5. SES schafft gesellschaftliche und kulturelle Zentren 86
6.6. Kundeninformation für nachhaltige Lebensweise 87

7. GRI-INHALTSINDEX 89

IMPRESSUM 97

v.l.n.r.: Vorstandsdirektor Mag. Rudolf Staudinger, Vorstanddirektor Mag. Fritz Poppmeier, Vorstandsvorsitzender Dr. Gerhard Drexel, Vorstandsdirektor Hans K. Reisch

1. Vorwort des Vorstands

GRI 102-14

Die SPAR Österreich Gruppe ist in den vergangenen Jahren immer mehr vom österreichischen Händler zum mitteleuropäischen Handelskonzern gewachsen. Rund 3.200 Standorte in acht Ländern, rund 85.000 Mitarbeitende und ein Umsatz von über 15 Mrd. Euro belegen, dass SPAR eine bedeutende Größe über österreichische Grenzen hinaus erreicht hat. Mit der Größe wächst auch unsere Verantwortung für Umwelt und Menschen, die wir bei SPAR seit der Gründung vor 65 Jahren wahrnehmen. Die grundlegenden Werte der SPAR Gruppe – modern, menschenfreundlich, unkompliziert – bestimmen unser tägliches Handeln, bilden die Basis für Entscheidungen in den Bereichen Sortiment, Mitarbeitende sowie Energie & Umwelt und prägen das gesellschaftliche Engagement von SPAR. Diese Bereiche sind gleichzeitig die vier Säulen des Nachhaltigkeitsmanagements.

Im Sortiment haben wir auch 2018 einmal mehr einen Schwerpunkt auf gesündere Ernährung durch „mehr vom Guten und weniger vom Schlechten“ gelegt. Durch konsequente Änderungen der SPAR-Eigenmarken-Rezepturen konnten wir Palmöl aus 99 Prozent unserer Eigenmarken verbannen und rund 500 Tonnen Zucker einsparen. Diesen Weg gehen wir konsequent auch 2019 in allen Ländern weiter. Ein weiterer Schwerpunkt lag einmal mehr auf regionalem Einkauf, vor allem bei Lebensmitteln. Durch unsere starke regionale Struktur konnten wir die Partnerschaften mit der regionalen Landwirtschaft weiter stärken und haben 2018 auch in Kroatien eine eigene Kennzeichnung für heimische Produkte ins Leben gerufen. Laufend bedeutender wird die Förderung der Kreislaufwirtschaft speziell im Hinblick auf Kunststoff. Durch Vermeidung, Reduktion und Recycling sollen vor allem der Kunststoff-Verbrauch reduziert werden, ohne dabei negative Nebeneffekte wie erhöhten Lebensmittelverderb zu riskieren. Bei Hervis lag der Fokus auf Textilien aus Naturmaterialien, die aus verantwortungsvollen Quellen bezogen werden sowie auf Einkaufsstandards für die gesamte Textil-Lieferkette.

Wertschätzende, freundliche, verlässliche und kompetente Mitarbeitende sind die Grundlage für den unseren Erfolg. Neben einem familiären und familienfreundlichen Arbeitsumfeld ist daher der Kompetenzaufbau zentral, um auch in Zukunft eine gute Führung für Mitarbeitende und eine gute Beratung für Kunden bieten zu können. Dazu soll das neue eLearningsystem SEPP beitragen, das wir 2018 eingeführt haben. Für unsere Mitarbeitenden hat sich dadurch das Ausbildungsangebot weiter verbessert, denn mit SEPP haben sie einen noch besseren Überblick über Pflicht-Ausbildungen für ihr tägliches Arbeiten und über Zusatz-Ausbildungen, die freiwillig absolviert werden können. Eine Herausforderung war und ist auch in

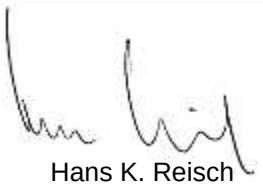
Zukunft die Suche nach qualifizierten Mitarbeitenden, die aufgrund des Fachkräftemangels auch im Handel immer schwieriger wird. Durch Ausbildungsangebote, eine faire Bezahlung und attraktive Zusatzleistungen wird sich SPAR hier auch in Zukunft um die besten Mitarbeitenden bemühen.

Im Bereich Energie und Technik profitierten unsere Länderorganisationen einmal mehr vom internationalen Austausch. Technologien wie LED-Beleuchtung oder Kühltechnik, die in einem Land getestet wurden, werden zunehmend auch in weiteren Ländern eingesetzt. Durch effizientere Technik und laufende Modernisierung halten wir in SPAR-Märkten bei steigender Lebensmittel- und Aufenthaltsqualität die Energieverbräuche konstant oder senkt sie, die Treibhausgasemissionen sinken durch den Einsatz erneuerbarer Energie und natürlicher Kältemittel laufend. Dazu trägt auch der steigende Anteil an selbst erzeugter, erneuerbarer Energie mittels Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Dächern bei, die neben Österreich auch in Italien und Kroatien im Einsatz sind. Einen großen Anteil an den Emissionen hält derzeit noch der fossile Treibstoff in der Logistik, den SPAR bis 2050 gegen alternative Antriebe austauschen will. Als ersten wichtigen Schritt in diese Richtung testen wir seit Herbst 2018 den ersten rein elektrischen und damit emissionsfreien Lkw.
Mit der Unterstützung karitativer, kultureller und sportlicher Organisationen, durch Lebensmittel-Spenden und durch Kundeninformation über eine nachhaltigere Lebensweise haben wir 2018 auch unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen. Im Vordergrund stand dabei einmal mehr die Förderung regionaler Gemeinschaften, in denen SPAR, Hervis und SES tätig sind sowie die Unterstützung von sozial bedürftigen Mitmenschen. Insgesamt hat die SPAR Holding rund vier Millionen Euro an Spenden an sozial tätige Organisationen übergeben.

Details zu den nachhaltigen Aktivitäten, aber auch zu Herausforderungen und manchen Zielkonflikten lesen Sie auf den folgenden Seiten, dieses Nachhaltigkeitsberichts der SPAR Holding. Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre.

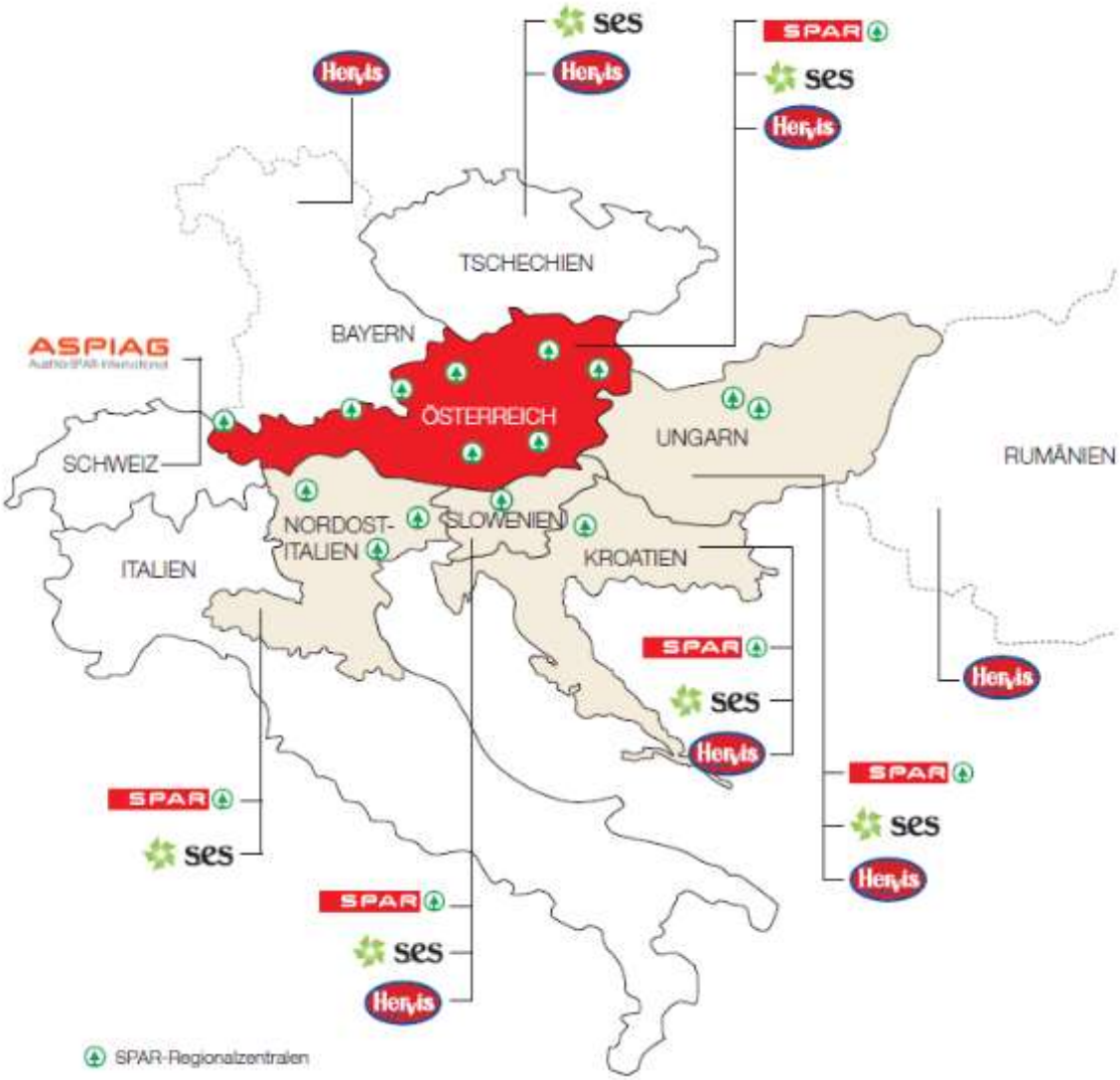
Dr. Gerhard Drexel
Vorstands-
vorsitzender

Mag. Fritz Poppmeier
Vorstandsdirektor
Expansion und Vertrieb
Einzelhandel



Hans K. Reisch
Vorstandsdirektor
Finanzen und
Filialen

Mag. Rudolf Staudinger
Vorstandsdirektor
Betriebe International



2. Die SPAR Österreich Gruppe

GRI 102-1

GRI 102-3

GRI 102-5

SPAR feiert 2019 das 65-jährige Bestehen des österreichischen Händlers. Seit dem Zusammenschluss selbstständiger Einzel- und Großhändler zur SPAR Österreich im Jahr 1954 und der Gründung der SPAR Österreichische Warenhandels-AG 1970 ist das Unternehmen zu einem mitteleuropäischen Handelskonzern gewachsen. Ausgehend von Österreich hat SPAR in die umliegenden Länder expandiert und betreibt heute unter dem Dach der SPAR Holding AG rund 3.200 Standorte in acht Ländern. Neben dem Kerngeschäft Lebensmittelhandel gehört der Sport- und Modefachhändler Hervis, Spar European Shopping Centers sowie unterstützende Produktions- und Dienstleistungsbetriebe der SPAR-Gruppe an. Mitglieder der Gründerfamilien führen das Unternehmen mit Hauptsitz in Salzburg noch heute und bilden den SPAR-Vorstand. Die Unternehmensanteile der SPAR Holding AG befinden sich zu 100 Prozent im österreichischen Privateigentum dieser Gründerfamilien und werden nicht an der Börse gehandelt.

2.1. Säulen der SPAR Holding

GRI 102-6

GRI 102-4

Die Unternehmenstätigkeit der SPAR-Gruppe lässt sich in die drei Säulen Lebensmittelhandel, Sportfachhandel sowie Errichtung, Betrieb und Management von Shopping-Centern unterteilen. Der größte Umsatzanteil entfällt auf den Geschäftszweig Lebensmittelhandel in Österreich, Nordost-Italien, Ungarn, Slowenien und Kroatien, wo sich SPAR als einer der führenden Nahversorger etabliert hat. Fixer

Bestandteil des SPAR-Sortiments in allen Ländern sind die SPAR-Eigenmarken, die Kundinnen und Kunden aus allen Bevölkerungsgruppen eine breite Auswahl vom Preiseinstieg bis zu Premium-Produkten bieten. In Österreich erwirtschaftet SPAR bereits über 40 Prozent des Umsatzes mit SPAR-Eigenmarken. Die Unternehmen der SPAR-Gruppe außerhalb Österreichs tragen rund die Hälfte des Umsatzes im Bereich Lebensmittelhandel bei, mit jährlich steigendem Anteil. Der Sport- und Modehändler Hervis betreibt Märkte in Österreich, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Rumänien, Tschechien und Bayern. SES Spar European Shopping Centers managt Einkaufszentren in Österreich, Slowenien, Italien, Ungarn, Tschechien und seit Mitte 2018 auch in Kroatien.

2.2. Erfolgreiches Geschäftsjahr 2018

GRI 102-7

GRI 102-10

Die SPAR Österreich-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2018 mit 1.859 eigenen Standorten und 1.233 Märkten selbstständiger Einzelhändler einen Gesamtumsatz inklusive selbstständigem SPAR-Einzelhandel von 15,05 Milliarden Euro erwirtschaftet und damit eine erneute Steigerung von 4,7 Prozent erreicht. Rund 85.000 Menschen haben im Lauf des vergangenen Jahres für die SPAR Holding AG gearbeitet und kümmerten sich um die Anliegen der Kundschaft in acht Ländern. Die SPAR-Gruppe wächst laufend – im Jahr 2018 vorwiegend durch eigene Expansion und Wachstum auf bestehender Fläche. Insgesamt 21 zusätzliche Lebensmittelmärkte und 15 zusätzliche Hervis-Standorte eröffnete die SPAR-Gruppe im Jahr 2018. Weitere 94 Supermärkte wurden erweitert oder erneuert. Auch die SPAR-Produktionsbetriebe sind gewachsen. Die beiden TANN-Fleischwerke in Graz und Wörgl (Österreich) wurden umfassend erweitert, am Gelände des SPAR-Lagers Üllö (Ungarn) wurde ein Produktionsbetrieb für Convenience-Produkte errichtet und in Monselice (Italien) befindet sich das neueste Lager in Bau. Die Anzahl der in der Holding-Bilanz und damit auch im Nachhaltigkeitsbericht der SPAR Holding AG umfassten Shopping-Center blieb unverändert.

Nicht nur die Anzahl der Standorte, sondern auch jene der Produkte stieg im vergangenen Jahr. SPAR setzt seit vielen Jahren auf innovative Eigenmarken – von S-BUDGET über SPAR Vital und SPAR Natur*pur bis SPAR PREMIUM. Mehr als 5.000 Eigenmarkenprodukte finden sich mittlerweile in den Regalen in Österreich. Die Sortimentshighlights werden auch in den anderen Ländern der SPAR-Gruppe angeboten, neben den regionalen Eigenentwicklungen der SPAR-Länderorganisationen. 2018 kamen neue Eigenmarkenprodukte und damit auch neue Lieferanten hinzu. Bei der Vielzahl an Produzenten, deren Artikel unter Industrie- oder Eigenmarke bei SPAR angeboten werden, ergeben sich dadurch jedoch keine wesentlichen Veränderungen in der vielfältigen Lieferkette.

Auch Hervis bewies 2018 einmal mehr den Ruf als Trendsetter in der Branche mit dem umfangreichen Sportangebot am Puls der Zeit. Eine Mischung aus bekannten Markenartikeln und hochwertigen Eigenmarken wie Cygnus oder Kilimanjaro für Breiten- und Trendsportarten ist seit 45 Jahren das Hervis-Erfolgskonzept. Neben dem Verkauf von Sportartikeln und Mode setzt Hervis auch auf den Verleih von Sportgeräten. Nach erfolgreichem Start des Projekts „Mieten statt kaufen" im Jahr 2017 haben im vergangenen Jahr bereits jede Hervis-Filiale Kinder-Sportartikel verliehen, die somit von Kunden nicht individuell gekauft werden mussten.

2.3. Aktuelle Entwicklungen im Handel

Die SPAR HOLDING AG Gruppe ist in Österreich und sieben Nachbarländern mit erfolgreichen Marken in sehr unterschiedlichen Geschäftsbereichen und verschiedenen Vertriebstypen vertreten. Sowohl die Internationalisierung als auch die Diversifizierung des Geschäfts haben sich im Laufe der Firmengeschichte zu einer erfolgreichen Strategie entwickelt, welche als Chance für eine nachhaltige positive Gesamtentwicklung des Konzerns wahrgenommen wird. SPAR sichert sich einerseits durch die Verteilung der Geschäftstätigkeit auf drei Sparten sowie durch die Präsenz in acht Ländern ab, andererseits profitieren diese Sparten gegenseitig voneinander und nutzen Synergien vom Einkauf bis zu gemeinsamen Standorten. Mit einem attraktiven Sortiment, dem führenden Konzept für den jeweiligen Vertriebstyp und einem positiven Arbeitgeber-Image ist SPAR gut gerüstet, muss sich aber auch Risiken stellen.

2.3.1. Allgemeine Chancen und Risiken im Handel

GRI 102-15

Eine Verschärfung der Wettbewerbssituation, der enorme Preisdruck insbesondere im Lebensmittel- und Sportfachhandel und der Verlust von Marktanteilen stellen ein Risiko für die Ergebnissituation in den einzelnen Ländern dar. Diesen Risiken wird unter anderem durch trendige, nachhaltige Produkte, erfolgreiche Eigenmarken mit ausgezeichnetem Preis-Leistungsverhältnis, Qualität und Frische, Regionalität, innovative Ladenkonzepte, effiziente Logistikprozesse, wettbewerbsfähige Kostenstrukturen sowie durch motivierte und kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entgegengewirkt.

Risiken im Bereich der Personalkosten ergeben sich zwangsläufig aus der Personalintensität im Handel. Lohn- und Gehaltssteigerungen, eine Anhebung der Mindestlöhne und die Erhöhung der Lohnnebenkosten können die Ergebnissituation des SPAR HOLDING AG Konzerns belasten. Die Suche nach geeignetem Personal wird einerseits in allen Ländern durch die demografische Entwicklung und den damit verbundenen Wegfall potentieller Arbeitnehmer und andererseits durch ein steigendes Lohnniveau vor allem in Ungarn, Slowenien und Kroatien erschwert. Die Personalkostenquote stellt demnach eine wesentliche Kennzahl im Unternehmen dar. Das Thema Personalkosten in Verbindung mit Prozessoptimierungen ist einer der Schwerpunkte in der Unternehmensplanung und -entwicklung. Durch attraktive Zusatzleistungen, flexible Arbeitszeitmodelle und Rücksicht auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie versucht SPAR auch im starken Wettbewerb um Arbeitnehmer ausreichend viele und gut ausgebildete Fachkräfte zu gewinnen und zu halten.

Auch wenn der Online-Handel in fast allen Branchen angekommen ist, liegt noch viel Potenzial in diesem Bereich für den Lebensmitteleinzelhandel. Online-Aktivitäten und E-Commerce wurden ausgebaut und werden weiterhin forciert.

2.3.2. Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zeigen einige Risiken auf, die sich in den kommenden Jahrzehnten weiter verschärfen werden, wenn Staaten, Unternehmen und Bürger keine Maßnahmen gegen diese Entwicklungen setzen. Die Ziele zeigen gleichzeitig auch Chancen und Risiken auf, mit denen sich die SPAR Holding AG auseinandersetzen muss.

Verändertes Konsumverhalten bei Lebensmitteln

Zwischen 2002 und 2014 ist die Lebenserwartung bei der Geburt von 77,7 auf 80,9 Jahre und damit um 3,2 Jahre gestiegen – um 3,8 Jahre bei den Frauen und um 2,7 Jahre bei den Männern. Die Anzahl der Menschen, die ihre Gesundheit mit gut oder sehr gut einschätzen, sank in Österreich in den vergangenen zehn Jahren um rund 2,5 Prozent. Während sich also die Gesundheit positiv entwickelt, sind Menschen mit ihrem persönlichen Gesundheitszustand unzufriedener. Das Bewusstsein für gesunde Lebensweise und Ernährung nimmt zu. Biologische und fettarme Ernährung mit möglichst regionalen hergestellten Lebensmitteln und in Verbindung mit regelmäßigem Sport ist schon länger anerkanntes und angestrebtes Verhalten. Dies zeigt sich beispielsweise an den stetigen Zunahmen der Bio-Eigenmarke SPAR Natur*pur. Vor einigen Jahren neu hinzugekommen sind die Trends (zeitweiser) fleischloser Ernährung sowie natürlicher Nahrungsergänzung unter dem Schlagwort „Superfood“. Generell wird gesunder Ernährung und nachhaltigem Einkauf wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt: Die Kundschaft beschäftigt sich bewusst mit Inhaltsstoffen von Lebensmitteln, achtet auf für Mensch, Tier und Umwelt faire Produktionsbedingungen und vermeidet (aus ihrer Sicht) überflüssige Verpackungen. Die öffentliche Diskussion beeinflusst SPAR durch Vorstöße und Initiativen, wie der Gentechnik-Freiheit und Tierwohl-Maßnahmen bei Masttieren, der Aufzucht von männlichen Bio-Küken und der Reduktion von Plastik-Sackerl. SPAR ist damit Vorreiter und Treiber für die Erzeuger und verpflichtet Lieferanten vielfach zu strengeren Standards als der Gesetzgeber verlangt – mit entsprechender Entlohnung der Mehraufwände. Kritisch gesehen wird dieses Qualitätsprogramm im Sinne der Konsumentinnen und Konsumenten von machen Erzeugervertretern, was sich 2018 im Versuch zeigte, Einkaufsstandards von Handelsunternehmen über dem gesetzlichen Niveau zu verbieten. Laut dem angenommenen Änderungsantrag 361 zur Richtlinie des EU-Parlaments über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Lebensmittelversorgungskette sollen Supermarktketten bei Eigenmarken von Produzenten nur mehr gesetzliche Mindeststandards

verlangen dürfen, etwa keine höheren Tierschutzstandards mehr. Die Änderung wurde nur durch massive Proteste des Handels und von Umweltschutzorganisationen wieder zurückgezogen.

Klimaerwärmung und ihre Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion

Der Sommer 2018 hat in weiten Teilen Europas zu extremen Wetterphänomenen wie Dürren und Überflutungen geführt. Die Folgen für die Landwirtschaft waren Ernteausfälle in Rekordhöhe, wie die Österreichische Hagelversicherung meldete. Während die Apfelernte durch fehlenden Frost vergleichsweise üppig ausfiel, lagen die Erntemengen bei Kartoffeln weit unter dem Jahresschnitt bei gleichzeitig schlechter Qualität. Die Auswirkungen von Klimaveränderungen sind also bereits in den Ländern zu spüren, in denen SPAR tätig ist. Nach Berechnungen des WWF verursacht der Klimawandel bereits jetzt allein in Österreich Kosten von einer Milliarde Euro jährlich.
Die Einhaltung des Zwei-Grad-Ziels bzw. der strengeren 1,5-Grad-Grenze ist für SPAR daher nicht nur ein politisch motiviertes Ziel, sondern liegt im direkten Unternehmensinteresse. Das zweite große Maßnahmenpaket in der Nachhaltigkeitsstrategie von SPAR, nach der Zusammenstellung des Sortiments nach nachhaltigen Kriterien, ist daher die Reduktion von Emissionen. Bau, Energiemanagement und Logistik arbeiten laufend an Einsparungen, die zur Erreichung der SPAR-Ziele zum Klimaschutz nötig sind. SPAR hat sich selbst ambitionierte Ziele gesetzt, die mit den anlässlich der Welt-Klimaschutz-Konferenz 2015 formulierten Zielen übereinstimmen.

Veränderte Mobilität und Convenience

Nicht nur die Auswahlkriterien der Artikel ändern sich, sondern auch deren Konsum. Die Gesellschaft wird insgesamt mobiler, was sich an mehreren Faktoren zeigt. Zeichen für zunehmende Mobilität und Flexibilisierung sind:

- Zunehmende Urbanisierung: Zuwanderung verzeichnen vor allem Städte, wodurch diese ins Umland wachsen. Damit verbunden sind oft längere Arbeitswege. Allein in Wien überqueren stadteinwärts täglich mehr als 500.000 Personen die Stadtgrenze.
- Individuelle Arbeitszeiten: Der veraltete nine-to-five-Job wird von flexibleren Arbeitszeiten abgelöst, die sich auch in den Familien unterscheiden können.
- Singles: In Städten über 50.000 Einwohnern wohnen rund die Hälfte in Ein-Personen-Haushalten, verpflegen sich also auch allein.
- Online-Shopping: Mit der Durchdringung des (mobilen) Internets in allen Altersgruppen (58 Prozent aller Personen von 16 bis 74 Jahren kaufen online ein) steigt auch der Lieferverkehr.

Mit zunehmender Mobilität steigt die Nachfrage nach Lebensmitteln, die „convenient“ und damit kleiner portioniert sind sowie einfach, schnell und unterwegs konsumiert werden können. Diesem Anspruch muss SPAR als Händler gerecht werden, mit der verbundenen Herausforderung von mehr Verpackungen und mehr gekühlter Ware. Diese Verpackungen sind zu einem guten Teil aus Kunststoff, da dieser den besten Packstoff für viele Lebensmittel darstellt. Damit sind Convenience-Produkte von den Plänen der EU zu Verpackungsreduktion betroffen, was SPAR vor die Herausforderung stellt, einerseits Konsumentennachfrage nach kleinen, schnell zu verzehrenden Portionen zu bieten und gleichzeitig auf die dafür nötige Verpackung zu verzichten. Um die Frische von Convenience-Produkten (Obstsalaten, Sandwiches, Getränke, fertige Musli-Jogurt-Mischungen, frische Suppen etc.) sicherzustellen. Steigender Kühlbedarf bedeutet jedoch auch zusätzliche Kühlflächen und damit steigenden Energieverbrauch.
Ein Zielkonflikt zwischen Verpackung und Kühlung besteht ebenfalls bei Obst und Gemüse, wo Verpackungen die Frische von Früchten deutlich verlängern (siehe Kapitel 3.4.3) und damit den Verderb reduzieren. Diese Verpackungen könnten reduziert werden, wenn Früchte gleichzeitig gekühlt angeboten werden, wobei diese Kühlung zusätzliche Energie benötigen würde.

Demografische Entwicklung und damit verbundener Arbeitskräftemangel

Nicht nur zunehmende Alterung prägt die Gesellschaft in den SPAR-Ländern, sie ist einem größeren Wandel unterworfen. Geburtenschwache Jahrgänge machen die Suche nach Mitarbeiterinnen, speziell Lehrlingen immer schwieriger. Im Vergleich zu 1980 gab es 2015 35 Prozent weniger 15-Jährige. Im gleichen Zeitraum schrumpfte die Anzahl an Lehrlingen im Handel um 61 Prozent. Während der Handel in der Liste der am schwersten zu besetzenden Lehrstellen 2015 noch Platz 6 eingenommen hat, war es 2016 bereits Platz 2 knapp hinter handwerklichen Berufen. Arbeitgeber über Branchengrenzen hinweg treten in einen harten Konkurrenzkampf um qualifizierte Arbeitskräfte oder lernwillige Jugendliche. Diese Herausforderung für Unternehmen ist sehr wohl auch Arbeitnehmern bewusst. Besonders Millennials, die ihre berufliche Reife um die Jahrtausendwende erreicht haben, sind selbstbewusst und wissen, dass sie bei

entsprechender Ausbildung begehrte Mitarbeitende sind. Adäquate Entlohnung ist für sie oft selbstverständlich. Die Entscheidung für oder gegen eine Arbeitgeberin machen soziale Faktoren aus. Nur von attraktiven Arbeitgebern mit entsprechendem Arbeitsklima, Programmen für älterwerdende Arbeitnehmer, beruflicher und persönlicher Weiterbildung, der Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit sowie Bonifikationen lassen sich Mitarbeiter werben. Zu den wirtschaftlichen und demografischen Entwicklungen kommen zusätzlich soziokulturelle Veränderungen. Neue soziale Milieus und Lebensstile entstehen unter anderem durch Migration. Insgesamt kommt es zu größerer gesellschaftlicher Vielfalt. Dies bringt neue sprachliche und kulturelle Einflüsse bei Kunden und Mitarbeiterinnen von SPAR – und auch neue Chancen und Herausforderungen wie kulinarische Wünsche, religiöse Gepflogenheiten und sprachliche Barrieren. Daher setzt sich SPAR besonders in Österreich stark für die Ausbildung und damit Integration von Asylsuchenden und Menschen mit Aufenthaltserlaubnis ein.

Kreislaufwirtschaft und Verpackungsreduktion

Spätestens mit dem Circular Economy Package der EU und seinen verpflichtenden Maßnahmen zu Ressourcenschonung und Recycling ist das Thema Kreislaufwirtschaft in der Mitte von Gesellschaft und Wirtschaft angekommen. Mit dem Kreislaufpaket legt die EU ambitionierte Ziele vor, die in den nächsten Jahren große Anstrengungen der Wirtschaft vom Erzeuger bis zum Recycler sowie Mitarbeit und teilweise Komfort-Verzicht jedes Einzelnen einfordern werden.
Für den Lebensmittelhandel sind Veränderungen in Richtung Kreislaufwirtschaft am deutlichsten durch die Diskussionen um Plastikreduktion zu erkennen. Kunststoffe stehen aufgrund von niedrigem Einsatz von Recycling-Material und Sammelquoten unter jenen anderer Verpackungsmaterialien in der Kritik. Weltweit kommt noch die Vermüllung von Land und Meer durch Plastikmüll als Kritikpunkt hinzu. (Kunststoff-) Verpackung wird in der öffentlichen Diskussion vielfach als unnötig und nutzlos dargestellt, was jedoch auf viele Verpackungen nicht zutrifft. Besonders ein moderner Lebensmittelhandel wäre ohne Verpackungen undenkbar, da Logistik, Selbstbedienung und der Convenience-Trend auf Verpackungen basieren. Außerdem verringern Verpackungen nachweislich den Verderb von Lebensmitteln und damit die Verschwendung von Energie- und Nahrungsressourcen. SPAR ist in der Diskussion um Verpackungsreduktion daher mit mehreren Zielkonflikten konfrontiert. Derzeit verfolgt SPAR die Strategie, Verpackungen zu vermeiden oder zu verringern, wo dies sinnvoll möglich ist und setzt auf recyclingfähige Materialien, wo Verpackung weiterhin unerlässlich ist.

Vermeidung von Lebensmittelverderb

Die Verringerung des Lebensmittelverderbs in Handel und Haushalt ist nicht nur eines der EU-Ziele zur nachhaltigen Entwicklung, sondern auch hohes Eigeninteresse von SPAR. Lebensmittel nicht dem menschlichen Verzehr zukommen zu lassen, ist für SPAR ethisch wie auch wirtschaftlich verwerflich, denn der Verderb von Lebensmitteln im Handel verursacht hohe Kosten für Einkauf, Logistik und bei unverkäuflichen Lebensmitteln für Entsorgung. SPAR setzt daher seit jeher zahlreiche Maßnahmen, um den Verderb so gering wie möglich zu halten. Nur rund ein Prozent der angebotenen Produkte können bei SPAR nicht verkauft werden. Am gesamten Verderb von Lebensmitteln entlang der Supply Chain hat der Lebensmittelhandel einen Anteil von nur fünf Prozent. Der Großteil des Verderbs passiert im Haushalt, ein Fakt, der jedoch in der Diskussion oft nicht beachtet wird. Im Kopf vieler Konsumenten ist der Handel für einen deutlich größeren Teil des Verderbs verantwortlich, als es tatsächlich der Fall ist. Für SPAR besteht daher dauerhafter Aufklärungsbedarf über den tatsächlichen Anteil an unverkäuflichen Lebensmitteln und den Umgang damit.

Marktverträgliche Veränderungen

SPAR ist bestrebt, laufende positive Veränderungen zu initiieren und voranzutreiben und gleicht dabei Interessen von Lieferanten und Konsumenten aus. Denn nur, was von Konsumenten an Mehrleistungen über dem relevanten Wettbewerbsniveau auch gezahlt wird, lässt sich auf Dauer etablieren. Überhöhte Forderungen an die Landwirtschaft, die Preise von heimischen Produkten im Vergleich zu Importwaren steigen lassen, jedoch vom Konsumenten nicht getragen werden, führen zum Gegenteil des Gewollten: Konsumenten suchen nach preisgünstigeren (Import-)Produkten, die oft unter schlechteren Bedingungen als heimische Lebensmittel hergestellt wurden. Die österreichische Landwirtschaft preist sich damit selbst aus dem Markt. Noch kritischer ist diese Logik bei landwirtschaftlichen Produkten, die zu einem Gutteil im Ausland vermarktet werden, wie beispielsweise Schweinefleisch. Für Mehrleistungen wie gentechnikfreie Fütterung oder Tierwohl-Standards zahlen ausländische Märkte die Mehrkosten nicht, die heimische Landwirtschaft wäre bei flächendeckender Verpflichtung nicht mehr wettbewerbsfähig. Ein negatives Beispiel dazu sind im europäischen Vergleich niedrigere Besatzdichten bei Puten, aufgrund derer

österreichische Mäster international nicht mehr mithalten können. SPAR ist daher bestrebt, Verbesserungen in einer marktverträglichen Geschwindigkeit gemeinsam mit Landwirtschaft und Konsumenten voranzutreiben, anstatt diese auf Zuruf und ungeachtet der Finanzierbarkeit durchzusetzen.

2.3.3. Der Beitrag von SPAR zu den Sustainable Development Goals

Zur Erreichung der 17 Ziele und ihrer 169 Sub-Ziele kann auch die SPAR HOLDING AG Gruppe in allen Ländern beitragen – in unterschiedlichem Ausmaß. Alle SDGs sind gleichbedeutend, zu manchen kann ein Handelsunternehmen jedoch mehr beitragen als zu anderen. Daher legt SPAR den Fokus auf jene Ziele, auf die SPAR direkten Einfluss durch eine verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit nehmen kann. Diese Auswahl ist kein „Cherry Picking" von einfach erreichbaren Zielen, sondern eine Frage des effizienten Ressourceneinsatzes und der Wesentlichkeit für das Unternehmen. Acht der 17 Ziele sind im Fokus von SPAR und werden mit konkreten Maßnahmen verfolgt.

SDG 2: Kein Hunger

Rund 800 Millionen Menschen weltweit sind unterernährt und leiden Hunger, die Mehrheit in Entwicklungsländern, aber auch rund 15 Mio. in den amerikanischen und europäischen Industrieländern. Ziel Nr. 2 der Staatengemeinschaft ist es, diesen Hunger bis 2030 zu beenden und eine ausgewogene Ernährung für alle sicherzustellen. In Ländern, in denen SPAR tätig ist, spielt Unterernährung eine geringere Rolle, vielfach jedoch die Versorgung mit leistbaren und sicheren Lebensmitteln auch für Menschen mit niedrigen Einkommen. Als Lebensmittel-Nahversorger für alle Menschen kommt SPAR eine wichtige Rolle bei der Erreichung des Sub-Ziels 2.1 „Allen Menschen dauerhaft Zugang zu ausreichenden, sicheren und nahrhaften Lebensmitteln zu bieten" zu. SPAR bietet daher unter der Eigenmarke S-BUDGET alle wichtigen Grundnahrungsmittel zu günstigen Preisen. Auch die Weitergabe von unverkäuflichen, aber noch guten Lebensmitteln trägt zu ausreichender Ernährung und gleichzeitiger Reduktion der Lebensmittelabfälle (SDG 12) bei.

SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden

Besonders in der westlichen Welt führt nicht nur ein Mangel an Nährstoffen, sondern auch die Überversorgung mit energiereichen Nahrungsmitteln wie Zucker, Salz oder Fett zu gesundheitlichen Problemen. Hier spricht SPAR durch das Angebot von zucker- und salzreduzierten Produkten gesundheitsbewusste Kunden an und trägt zu gesünderer Ernährung bei.

SDG 4: Hochwertige Bildung

Eine hochwertige Fachausbildung für junge Menschen ist eine gute Basis für beruflichen Erfolg und ein sicheres Einkommen. Gleichzeitig befähigt Bildung zu nachhaltigeren Entscheidungen und einem nachhaltigeren Lebensstil. Erst mit dem Bewusstsein über Auswirkungen von Produkten und Handlungen auf die Umwelt und Gesellschaft ist eine nachhaltige Wahl möglich. SPAR trägt durch fachliche Aus- und Weiterbildung zu diesem Ziel bei. Somit versucht SPAR sich auch in Zukunft ausreichend qualifizierte und motivierte Mitarbeitende zu sichern und fördert gleichzeitig hochwertige Berufsausbildung für junge Menschen

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Wirtschaftswachstum geht in vielen Ländern auf Kosten von Umwelt und Menschen. Der internationale Preisdruck auf Produkte wie Textilien oder Gebrauchsartikel, aber auch Tropenfrüchte führt oftmals zur Produktion in Billiglohnländern mit schwachen gesetzlichen Rahmenbedingungen oder unzureichenden Kontrollen. Die Folgen sind oftmals Umweltverschmutzung und prekäre Arbeitsverhältnisse, die in einer nachhaltigen Produktion nicht tragbar sind. Neben der Einhaltung von grundlegenden Menschenrechten wie fairer Bezahlung, gemeinschaftlichen Lohnverhandlungen sowie der Freiheit von Sklaverei und Kinderarbeit sind von SPAR-Lieferanten auch grundlegende Umwelt-Standards einzuhalten. Dies ist einerseits für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Produktionsländer entscheidend, andererseits sind Verstöße

gegen diese Standards für SPAR nicht tragbar, da sie eine massive Verletzung des Konsumenten-Vertrauens darstellen. Bei einem derartig umfangreichen Sortiment, das SPAR und Hervis in allen Ländern anbieten, ist eine direkte Kontrolle der Lieferanten in entfernten Produktionsstandorten oftmals nicht durchführbar. Daher setzt SPAR vielfach auf etablierte Standards sowie auf eigene, über gesetzliche Anforderungen hinausgehende Standards, zu denen sich Lieferanten vertraglich verpflichten.

SDG 12: Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet eine strikte Ressourcen- und Energieeffizienz mit Bedacht auf nachfolgende Generationen. Besonders relevant ist die Ressourcenschonung für den Lebensmittelhandel, der im Sub-Ziel 12.3 direkt angesprochen ist: Bis 2030 möchten die UN die Lebensmittelverschwendung auf der Ebene des Handels und der Verbraucher halbieren – mit entsprechenden Einsparungen bei Wasser, Energie, Düngern, Transport und Verpackung. In den SPAR-Ländern sind alle Prozesse bereits auf möglichst geringe Lebensmittelverluste ausgerichtet. Potential besteht jedoch noch in der Weitergabe von Lebensmittel an Sozialorganisationen und in der Konsumenten-Aufklärung, da aus Privathaushalten der größte Teil der Lebensmittel im Müll stammt. Ein weiteres Sub-Ziel betrifft die wesentliche Reduktion von Abfallmengen durch Vorbeugung, Reduktion von Verpackungen und Recycling. Dieses Ziel bietet Chancen für positive Konsumentenwahrnehmung und bei der Einsparung von natürlichen Ressourcen. Andererseits bestehen bei der Reduktion von Verpackung Zielkonflikte beispielsweise mit dem Lebensmittel-Verderb, da die Haltbarkeit von Lebensmitteln durch Verpackung verlängert werden kann. Eine Reduktion oder der Umstieg auf alternative Verpackungsmaterialien muss daher genau auf die Sinnhaftigkeit geprüft werden.

SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz

Der Klimawandel ist bereits heute deutlich zu spüren durch zunehmende Wetterextreme, Missernten und steigende Meeresspiegel. Die menschlichen Treibhausgas-Emissionen tragen maßgeblich dazu bei. Die Auswirkungen sind im Handel besonders in der Verfügbarkeit von Lebensmittel zu spüren. Missernten durch Dürre- oder Kälteperioden, Überschwemmungen oder Hagelschäden nehmen zu und bringen Lieferengpässe mit entsprechenden Verlusten für SPAR in allen Ländern. Daher hat SPAR frühzeitig die Ziele der Pariser Klimaschutz-Konferenz angenommen und trägt zu deren Erreichung durch den Umstieg auf erneuerbare Energien, Energie- und CO_2-Einsparungen bei.

SDG 14: Leben unter Wasser

Der Zustand der Ozeane ist untrennbar mit der Gesundheit der Erde verbunden – Wasser, Wetter, Klima und nicht zuletzt das Nahrungsmittel Fisch hängen vom Zustand der Meere ab. Viele Effekte einer Verschlechterung oder Verbesserung der Ozeane sind in Küstenländern wie Italien, Kroatien und Slowenien direkt zu spüren, in denen SPAR tätig ist. Rund 33 Prozent der weltweiten Fischbestände sind jedoch überfischt. Die Weiterführung der bisherigen Fischereipraxis würde zum Kollaps der Fischbestände führen und damit auch die Versorgung mit Fisch und Meeresfrüchten in den SPAR-Ländern gefährden. Nachhaltigere Fischereimethoden und auf die tatsächliche Gesundheit von Beständen abgestimmte Fischerei-Politik sind daher für die langfristige Sicherung von Meeresfisch nötig. Effektive Regelungen zur Unterbindung von Überfischung und illegaler Fischerei sowie zum Verbot von destruktiven Fischerei-Methoden sollen nach den Zielen der UN zur Erholung der Fischbestände und damit der Meere beitragen.

SDG 15: Leben an Land

Nützliche Landflächen für Klima und Biodiversität stehen massiv unter Druck durch wirtschaftliche Interessen. Abholzung und Verwüstung verursacht durch überbordende menschliche Nutzung sind globale Probleme, die durch ihre Klimaauswirkungen weltweite Folgen zeigen. Vor allem der steigende Bedarf an Palmöl und Soja, angebaut in Monokulturen auf vormals wertvollen Waldflächen, forciert die Abholzung, der jährlich dreizehn Millionen Hektar Wald zum Opfer fallen. Durch globale Klimazusammenhänge werden diese Folgen auch in Europa spürbar – und werden vice versa durch den europäischen Bedarf an billigen Fetten und Futtermitteln forciert. SPAR forciert daher den Ausstieg aus Palmöl und Soja aus Übersee.

2.4. Nachhaltigkeit bei SPAR

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

2.4.1. Eigenverantwortung von allen Mitarbeitenden

GRI 102-16

In den drei Unternehmenswerten – modern, menschenfreundlich, unkompliziert – ist der Nachhaltigkeitsgedanke dreifach verankert. SPAR ist modern und setzt neue Technologien ein, die Energie sparen, weniger Treibhausgase emittieren oder Arbeitsschritte erleichtern. SPAR ist menschenfreundlich durch wertschätzenden und sorgsamen Umgang mit eigenen Mitarbeitenden, durch Stärkung regionaler Wertschöpfung und durch Standards in der Lieferkette. Und SPAR ist unkompliziert, also effizient in der Umsetzung von Maßnahmen. Jeder Geschäftsbereich, jede Abteilung und jeder Mitarbeitende der SPAR ist aufgefordert, diese Werte in der täglichen Arbeit zu leben und die eigenen Aufgaben auf möglichst nachhaltige Weise umzusetzen. Eine Anleitung für Mitarbeitende bieten die internen Dokumente „Unsere Vision, unsere Strategien“ sowie „Unsere Grundsätze für ein erfolgreiches Zusammenarbeiten“. Nachhaltige Maßnahmen werden daher bei SPAR in der jeweiligen Fachabteilung im Rahmen der täglichen Arbeit durchgeführt. Eine eigene Nachhaltigkeitsabteilung gibt es daher nicht.

2.4.2. Nachhaltigkeitsmanagement

Operativ hat sich SPAR am Weg zum mitteleuropäischen Handelskonzern klare Ziele gesetzt, die in Übereinstimmung mit den Werten erreicht werden sollen. Als Lebensmittel-Nah- und -Vollversorger, Sport- und Modehändler sowie Betreiber von Shopping-Centern hat die SPAR Österreich Gruppe ein weites Betätigungsfeld und hat für dieses sieben strategische Stoßrichtungen definiert, die konsequent verfolgt werden:

1. Wachstumsführerschaft
2. Konzeptführerschaft
3. Sortiments- und Produktführerschaft
4. Preisführerschaft bei Markenartikeln und Eigenmarken
5. Innovations- und Themenführerschaft
6. Social Leadership
7. Kostenführerschaft

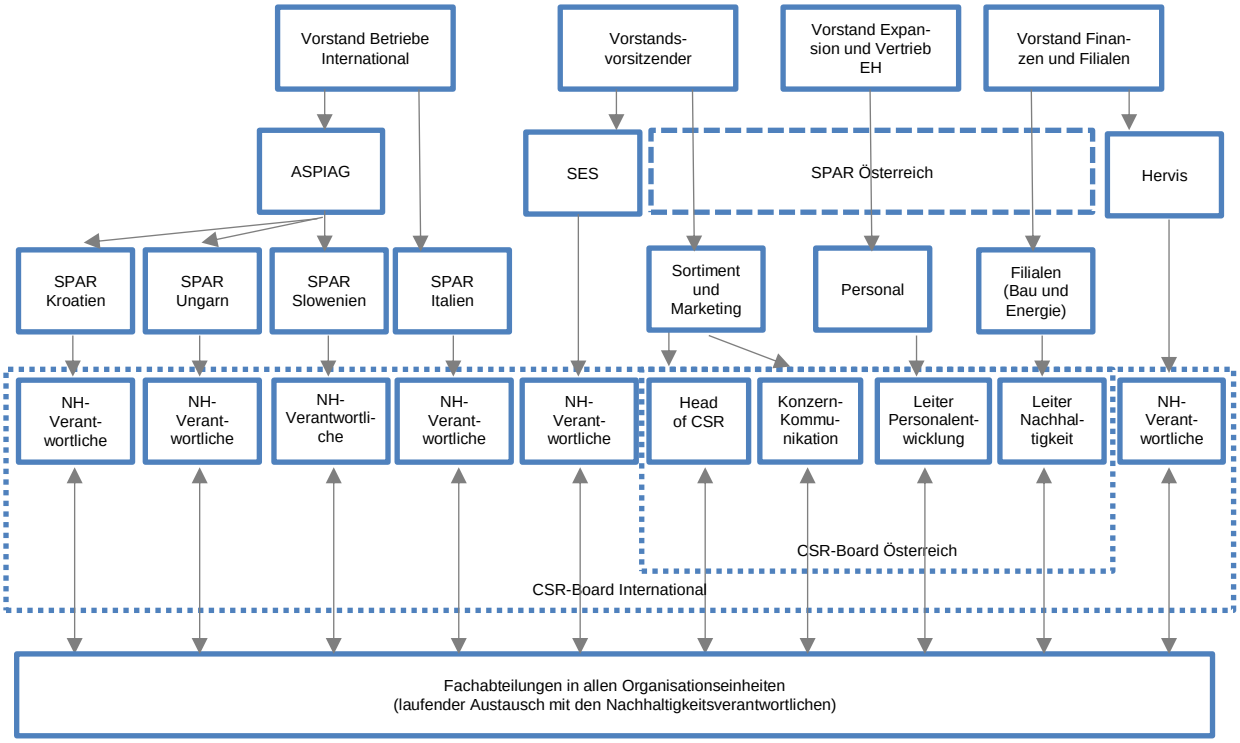
Jeder dieser Stoßrichtungen ist mit Zielen und Kennzahlen hinterlegt und wird in regelmäßigen Abständen mittels Balanced Scorecard überprüft.

Die Erreichung der gesteckten Ziele der Sparten und Tochtergesellschaften inklusive ihrer nachhaltigen Teilprojekte wird von den jeweils thematisch zuständigen Vorständen der SPAR HOLDING AG kontrolliert. Die drei Vorstände für Sortiment und Marketing, Energie und Technik sowie Personal haben jeweils eine/n Koordinator/in für Nachhaltigkeitsthemen ernannt. In den SPAR-Länderorganisationen ist CSR im Management verankert, das direkt dem Vorstand für Betriebe International berichtet. Hervis und SES Spar European Shopping Centers haben ebenfalls Verantwortliche für die für sie wesentlichen Themen Energie und Sortiment benannt. Operativ sind die Tochterunternehmen absolut unabhängig und setzen eigenständige Ziele und Maßnahmen.

Die Nachhaltigkeitskoordinatoren der verschiedenen Tochtergesellschaften stimmen sich regelmäßig direkt ab und treffen sich zweimal jährlich zum CSR-Board International, um Erfahrungen auszutauschen und über wesentliche Themen der SPAR-Gruppe zu beraten. Einberufen wird das CSR-Board International vom Leiter Nachhaltigkeit, der auch für den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht der SPAR Holding AG verantwortlich ist. Die Mitglieder dieses CSR-Boards International berichten direkt ihren Vorständen und Geschäftsführern der Länderorganisationen beziehungsweise Sparten. In Österreich trifft sich das nationale CSR-Board rund achtmal jährlich und koordiniert nachhaltige Maßnahmen, die zentrale Fachbereiche wie Einkauf, Sortimentsmanagement, Logistik, Bau, Personalentwicklung oder Produktionsbetriebe eigenständig setzen. Das CSR-Board Österreich besteht aus den vom Vorstand ernannten Nachhaltigkeitsverantwortlichen für Sortiment, Personalentwicklung und Energie sowie zusätzlich aus

GRI 102-18

Vertretern aus Qualitätsmanagement Lebensmittel und Non-Food, Marketing und Konzernkommunikation.



2.4.3. Umfasste Unternehmen dieses Berichts

GRI 102-45

Die nachhaltigen Aktivitäten aller Unternehmen unter dem Dach der SPAR Holding AG werden in diesem dritten konzernalen Nachhaltigkeitsbericht für das Kalenderjahr 2018 zusammengefasst. Dieser Bericht aktualisiert den letzten Nachhaltigkeitsbericht, der im Juni 2018 erschienen ist und wird jährlich veröffentlicht.

GRI 102-50
GRI 102-51
GRI 102-52
GRI 102-54

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt.

Gegenstand dieses Berichts ist die SPAR Holding AG mit Sitz Salzburg und ihren Tochtergesellschaften SPAR Österreichische Warenhandels-AG inklusive der Produktionsbetriebe TANN-Fleischwerke, REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung, WEINGUT SCHLOSS FELS, INTERSPAR (inklusive Maximarkt), Hervis, SPAR Kroatien sowie kleinerer Dienstleistungsgesellschaften, mit SES Spar European Shopping Centers GmbH sowie mit ASPIAG Management AG, unter der die SPAR-Länder Ungarn, Slowenien und Italien firmieren. Nicht berichtet wird über selbstständige SPAR-Einzelhändler sowie über Shopping-Center, die at equity bilanziert werden und damit nicht in der Konzernbilanz enthalten sind. Die umfassen Gesellschaften dieses Nachhaltigkeitsberichts sind ident mit jenen des Konzern-Lageberichts nach IFRS.

2.4.4. Stakeholder-Einbindung und wesentliche Themen

SPAR ist in allen Regionen einer der wichtigsten Lebensmittelhändler und damit Vermittler zwischen den Interessen von Kunden und Lebensmittel-Produzenten im gesellschaftlichen und politischen Umfeld. Auch Hervis und SES als tonangebende Unternehmen in ihren Branchen tragen Verantwortung für die Sicherheit und Zufriedenheit von vorrangig Kunden und Lieferanten. Diese beiden Zielgruppen sowie Mitarbeitende sind für SPAR daher auch die wichtigsten Stakeholder, wenngleich NGOs, Politik und deren ausführende Organe sowie Investoren ebenfalls wichtige Gesprächspartner sind. Diese Gruppen hat SPAR in einem mehrstufigen internen Prozess bei der Erstellung der Unternehmens-Vision zuletzt 2012 definiert. Darin eingebunden waren Mitarbeitende aller Ebenen von Märkten bis zum obersten Management. Seither werden die Stakeholder regelmäßig, mindestens einmal jährlich, auf ihre Aktualität überprüft und die Liste ggf. erweitert. Anlass dazu ist der jährliche Versand des SPAR-Geschäftsberichts und des SPAR-Nachhaltigkeitsberichts.

GRI 102-42

GRI 102-40

GRI 102-43

Mit diesen externen Gruppen tauscht sich SPAR laufend in der täglichen Arbeit und in diversen Arbeitskreisen wie der ARGE Gentechnik-frei, der WWF Climate Group, dem Beirat des Verbands der Tafeln, der Nachhaltigkeitsagenda u.v.a. aus. SPAR informiert einerseits aktiv über den Nachhaltigkeitsbericht, Presseaussendungen, Informationsschreiben, Diskussionsrunden und kleinere Informationsveranstaltungen die unterschiedlichen Stakeholder. Aktuelle Themen der Stakeholder gelangen über persönlichen Kontakt, Tagesmedien und Kundenanfragen zu SPAR. Beispielsweise in Österreich werden jährlich rund 70.000 Kundenbeschwerden und -anregungen bearbeitet und damit wesentliche Konsumentenwünsche und -themen identifiziert. Interne Stakeholder bringen ihre Interessen einerseits über die im Drei-Jahres-Rhythmus stattfindende Mitarbeiterbefragung ein, andererseits über ihre Vorgesetzten oder den direkten Kontakt zum Leiter Nachhaltigkeit über ein eigens dafür eingerichtetes Postfach.

GRI 102-46

GRI 102-44

Die Themen unterschiedlicher Stakeholder werden vom CSR-Board diskutiert und bewertet sowie an Fachabteilungen zur weiteren Behandlung weitergeleitet. Themen, die im vergangenen Jahr auf diese Weise an SPAR herangetragen wurden, waren unter anderem Tierwohl-Standards, höhere Umweltstandards für Eigenmarken wie das Verbot von Glyphosat, Verzicht auf Palmöl, Mitarbeitergesundheit, Verpackungs- und Plastikreduktion sowie die Bedrohung der Gentechnik-freien Produktion durch neuen Züchtungstechniken. Die Einbindung von Stakeholdern über eine jährliche Stakeholder-Veranstaltung lehnt SPAR ab, da bei diesen nie alle Stakeholder gleichermaßen in einer thematischen Tiefe eingebunden werden können, wie es in Einzelgesprächen mit Stakeholdergruppen möglich ist.

Im Sommer 2017 hat SPAR die letzte internationale Online-Stakeholderbefragung durchgeführt. Basis der Befragung waren Themen der letzten Berichte, Ziele der Sustainable Development Goals sowie Angaben des GRI-Standards. Jene Themen, die Stakeholder überdurchschnittlich wichtig beurteilt haben (über dem Median von 4,43 auf fünfteiligen Skala), hat das SPAR-CSR-Board nach der Einflussmöglichkeit des Unternehmens bewertet. Die so aus externer und interner Sicht als wesentlich eingestuften Aspekte lassen sich in vier Bereiche als tragende Säulen der Nachhaltigkeit im Unternehmen gruppieren:

- Verantwortungsvoll hergestellte Produkte
  - Bewusste Ernährung (z.B. Angebot von Bio-Produkten, Reduktion von Palmöl und Zucker in SPAR-Eigenmarken etc.)
  - Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette (z.B. Standards für die Produktion von Eigenmarken-Produkten)
  - Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen (z.B. Qualitätsstandards, Schutz von Kundendaten etc.)
  - Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten (z.B. Maßnahmen zum Ausschluss von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten)
- Mitarbeitende
  - Diversity und Chancengleichheit (z.B. Diversität in Belegschaft und Führungskräften)
  - Qualifikation der Mitarbeitenden (z.B. Ausbildungsmaßnahmen für Lehrlinge und Mitarbeitende)
  - Arbeitgeber-Attraktivität (z.B. Zusatzleistungen für Mitarbeitende, Gesundheitsprogramme etc.)
- Energie und Umwelt
  - Energieverbrauch und Klimaschutz (z.B. Reduktion des Energieverbrauchs, Einsatz von erneuerbaren Energieträgern und Reduktion der Treibhausgas-Emissionen)
  - Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling (z.B. Steigerung der Recyclingfähigkeit von Produkten, Sammlung von Wertstoffen in Zentralen und Märkten etc.)
- Gesellschaft
  - Umgang mit Lebensmitteln (z.B. Spenden an Sozialorganisationen)

- Sponsoring (z.B. Unterstützung von Sport- und Kulturvereinen)

Im Vergleich zum letzten Bericht wurde Abfall und Recycling als zusätzliches Thema aufgrund der verstärkten Diskussion aufgenommen. Auf eine Reihung dieser elf Themen untereinander wird in diesem Bericht verzichtet, da die Themen mit unterschiedlicher Priorisierung – je nach Stakeholdergruppe – in den vergangenen Jahren konstant geblieben sind.

2.5. Management-Ansätze zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen

GRI 103-1 – 103-3, 102-16

Jene wesentlichen Handlungsfelder, die sich aus der Wesentlichkeitsanalyse nach GRI ergeben haben, können jeweils strategischen Stoßrichtungen zugeordnet werden und beschreiben den Management-Ansatz, die Ziele sowie die Indikatoren zu deren Überprüfung. **Fett** gekennzeichnete Indikatoren sind wesentlich nach GRI. Die Ziele werden im Rahmen der Balanced Score Card quartalsweise evaluiert, an die Bereichsverantwortlichen sowie den Vorstand kommuniziert und ggf. angepasst.

2.5.1. Bewusste Ernährung

In den SPAR-Ländern ist eine ausreichende Kalorienaufnahme für den Großteil der Bevölkerung sichergestellt. Ausreichende Ernährung ist jedoch nicht gleich gesunder Ernährung. Eine ausgewogene Ernährung leistet einen wichtigen Beitrag zum allgemeinen Wohlbefinden und zur Gesundheit. So kann mit der richtigen Ernährungsweise bestimmten Krankheiten vorgebeugt und die Lebensqualität gesteigert werden. Jedoch ernähren sich Menschen in Industrieländern meist nicht entsprechend der empfohlenen Ernährungspyramide, sondern tendenziell kalorienreicher als medizinisch empfohlen. Besonders hoher Zucker-, Salz- und Fettkonsum, aber auch Fleischverzehr belasten die körperliche Gesundheit.

Als einer der größten Lebensmittelhändler in allen SPAR-Ländern kommt SPAR nicht nur die Verantwortung für eine leistbare Versorgung mit Grundnahrungsmitteln zu, sondern auch die Versorgung mit Lebensmitteln, die eine bewusste Ernährung auf Basis von Ernährungsempfehlungen der Gesundheitsbehörden wie der WHO ermöglichen. Immer mehr Kundschaften achten neben genussvollem Essen auch auf Gesundheitsaspekte bei der Ernährung. Daher bietet SPAR bereits lange eine breite Auswahl an vegetarischen und veganen Produkten an, reduziert in Eigenmarken bewusst Zucker, Salz sowie Fett und hat mit SPAR Vital eine eigene Marke für bewusste Ernährung. Produkte unter dieser Marke werden von einem wissenschaftlichen Beirat aus Ärzten und Diätologen vorab geprüft.

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

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

Ziele

- Österreich: Bis 2020 spart SPAR 1.000 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2017).
- Österreich: SPAR steigert jährlich den Umsatz und die Anzahl von Bio-Produkten unter SPAR-Eigenmarken.
- Slowenien: Bis 2020 spart SPAR 80 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2018).
- Slowenien: SPAR spart 25 Tonnen Salz in SPAR-Eigenmarkenprodukten bis 2020 ein.

Themen nach GRI

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

Kennzahlen nach GRI

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

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

Das Sortiment von SPAR und Hervis ist sehr umfangreich. Alle diese Produkte haben bei ihrer Produktion, beim Transport und beim Verkauf Auswirkungen auf die Umwelt und auf Menschen, die mit ihnen hantieren – vom Verbrauch von Rohstoffen für die Herstellung, über Arbeitsbedingungen in Produktionsbetrieben bis zum Umgang mit Tieren, die für Lebensmittel benötigt werden. Auswirkungen können von der Abholzung von Urwäldern über Überfischung der Meere bis zu Verletzungen der Menschenrechte in Fabriken reichen.

SPAR ist bei Eigenmarken verantwortlich dafür, mögliche negative Auswirkungen möglichst gering zu halten und hat daher interne Einkaufsstandards festgelegt, die von allen Eigenmarken-Lieferanten eingehalten werden müssen. In diesen werden Umwelt-Management-Systeme ebenso verlangt, wie die Einhaltung von Menschenrechten und internationalen Arbeitsnormen. Für spezifische Produktgruppen wie beispielsweise Fisch & Meeresfrüchte, Kosmetika und Textilien haben SPAR und Hervis zusätzliche strengere Standards festgelegt.

Ein großer Teil des SPAR-Sortiments wird regional von den SPAR-Organisationen in den jeweiligen Ländern eingekauft. Bei diesen engen und direkten Lieferantenbeziehungen kann SPAR selbst die Qualität von Produkten und deren Auswirkungen überprüfen. Bei Produkten mit längeren Lieferketten, wie beispielsweise Tropenfrüchten, Textilien oder Hartware setzt SPAR auf international anerkannte Standards und die Prüfung durch akkreditierte Prüf-Organisationen.

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

- Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln
- Biodiversität an Land und im Meer (u.a. durch Palmöl-Reduktion bei SPAR-Eigenmarken, Verpackungsreduktion, Tierwohl, Humusanbau, verantwortungsvolles Fischsortiment etc.)
- Lieferkette und Einkaufsstandards (u.a. Qualitäts-, Produktions- und Sozialstandards)

Ziele

- Österreich: SPAR verbannt bis Ende 2018 Palmöl aus allen SPAR-Eigenmarken.
- Österreich: SPAR hält das Fischsortiment lt. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.
- Österreich: SPAR steigert die Humus-Anbaufläche der Vertragslandwirte für Humus-Gemüse auf 1600 ha bis 2020.
- Alle Länder: SPAR verbannt Frischeier aus Käfighaltung in allen Ländern bis 2025.

Themen nach GRI

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

Kennzahlen nach GRI

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

2.5.3. Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen

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

Der Lebensmittelhandel ist das historische Kerngeschäft der SPAR Österreich Gruppe und nach wie vor wichtigste Säule der Unternehmenstätigkeit. In den vergangenen Jahren haben sich Kriterien der Sortimentsgestaltung laufend geändert, das Grundbedürfnis nach Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln ist aber weiterhin wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche und nachhaltige Geschäftstätigkeit. Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen zählt zu den 17 UN-Zielen für eine nachhaltige Entwicklung. In den Ländern, in denen die SPAR Österreich Gruppe tätig ist, sind Lebensmittel an sich ausreichend verfügbar, die Sicherheit von Lebensmitteln muss aber auch hier laufend kontrolliert und garantiert werden. Besonders bei den SPAR-Eigenmarken hat SPAR nicht nur die rechtliche, sondern auch die moralische Verpflichtung, einwandfreie, sichere und für eine gesunde Ernährung wertvolle Lebensmittel zu vertreiben. Ebenso gilt diese Verpflichtung für Non-Food-Artikel im Lebensmittelhandel sowie Sport- und Modeartikel bei Hervis. Auch diese müssen sicher im Gebrauch und frei von gefährlichen Stoffen sein, um eine sichere Verwendung zu garantieren. SPAR hat daher einen umfangreichen Kriterienkatalog für Einkauf- und Qualitätssicherung erstellt, in dem Vorgaben für Inhaltsstoffe, Qualität, Verarbeitung und Grenzwerte festgehalten sind, die vielfach weit über die gesetzlichen Standards hinausgehen. Die Einhaltung dieses Katalogs prüft die SPAR-Qualitätssicherung bei laufend und unangekündigt durchgeführten Audits in Produktionsbetrieben. Zusätzliche regelmäßige Tests von Produkten durch unabhängige Kontrollstellen garantieren die höchstmögliche Sicherheit für die vertriebenen Produkte.
Ein neueres Thema in Zusammenhang mit Sicherheit ist der Datenschutz. Für angebotene Dienstleistungen wie Kundenmagazine, Kundenkarten in Ungarn und Slowenien oder den Online-Vertrieb verarbeitet SPAR teilweise sensible Kundendaten. Auch für ihre Sicherheit setzt SPAR hohe Standards an und stellt sich frühzeitig auf neue gesetzliche Rahmenbedingungen wie die EU-Datenschutzgrundverordnung ein.

Strategische Stoßrichtung

- Sortiments- & Produktführerschaft
  - Wir führen die attraktivsten Sortimente pro Vertriebstyp und Standort.
  - Wir sprechen uns für hohe Qualität und Kompetenz bei Frische aus.
  - Unsere Eigenmarken sind die attraktivsten in der gesamten Branche und haben das beste Preis-Leistungs-Verhältnis.
- Konzept-Führerschaft
- Wir haben bei unseren Kunden ein Qualitätsimage über dem Branchenschnitt.

Handlungsfelder

- Lieferketten und Einkaufsstandards
- Qualitätsstandards für Produkte
- Schutz von Kundendaten

Ziele

- Alle Länder: SPAR hält die Anzahl von Produktrückrufen aufgrund von Gesundheitsrisiken auf konstant niedrigem Niveau.

Themen nach GRI

- GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (2016)
- GRI 418: Schutz von Kundendaten (2016)

Kennzahlen nach GRI

- 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit
- **416-2** Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen
- **418-1** Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten

2.5.4. Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten

Die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben für geschäftliche Beziehungen zu Lieferanten und Kunden und Einhaltung freiwilliger Selbstverpflichtungen ist für SPAR selbstverständlich für faire Geschäftsbeziehungen und ein funktionierendes Wirtschaftssystem. Nur bei unklaren Regelungen strebt SPAR gerichtliche Klarstellungen an, die klare Rechtssicherheit für die betriebliche Praxis bringen. SPAR verlangt von allen Mitarbeitenden die Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben und der SPAR Compliance Standards für ein korrektes Geschäftsverhalten und schult alle relevanten Mitarbeitenden regelmäßig, um Verstöße so gut wie möglich zu vermeiden. Dies gilt für alle Geschäftseinheiten der SPAR Österreich Gruppe.

Seit 2015 hat SPAR einen konzernalen Compliance-Verantwortlichen berufen, der die Rechtsabteilungen der Länderorganisationen in Compliance-Angelegenheiten unterstützt, bei möglichen Verstößen berät und die internationale Einhaltung der Standards kontrolliert.

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

- Faire Handelspraktiken

Themen nach GRI

- GRI 205: Korruptionsbekämpfung (2016)
- GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten (2016)
- GRI 307: Umwelt-Compliance (2016)
- GRI 417: Marketing und Kennzeichnung (2016)
- GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016)

Kennzahlen nach GRI

- **205-3** Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen
- **206-1** Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung
- **307-1** Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen
- 417-1 Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung
- 417-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung
- **417-3** Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation
- **419-1** Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

2.5.5. Diversity und Chancengleichheit

SPAR hat das Attribut „menschenfreundlich“ als einen der drei wichtigsten Werte neben „modern“ und „unkompliziert“ definiert. Menschenfreundlich zu sein bedeutet für SPAR, Kundinnen und Kunden sowie allen Mitarbeitenden Gutes zu tun durch ein umfangreiches, preiswertes und gesundes Sortiment. SPAR sind die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kundschaft und Belegschaft durch Diversitätsmerkmale wie Geschlecht, Herkunft, kulturellen Hintergrund, Glauben und Alter durchaus bewusst und die Führungskräfte sind bestrebt, diesen Bedürfnissen nachzukommen durch ein vielfältiges Angebot an Produkten, durch Rücksichtnahme auf Kleidungswünsche oder beispielsweise durch Maßnahmen zur Barrierefreiheit.

Für das Unternehmen sieht SPAR die Diversität unter Mitarbeitenden als großen Vorteil im Umgang mit der Kundschaft, da sie die Unterschiede in der Gesellschaft widerspiegelt. In der täglichen Zusammenarbeit kann dies jedoch zu Differenzen beispielsweise zwischen Angehörigen unterschiedlicher ethnischer Gruppen führen. SPAR versucht durch Kultur-Unterricht bereits bei SPAR-Lehrlingen, durch Mediation und durch faire Gleichbehandlung von allen Mitarbeitern unabhängig von Alter, Geschlecht oder Herkunft dabei **Chancengleichheit** und ein angenehmes Arbeitsklima zu schaffen.

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
  - Wir sind der attraktivste Arbeitgeber.
  - Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter wird in ihrer/seiner Würde und Einzigartigkeit angenommen.

Handlungsfelder

- Vielfalt unter den Mitarbeitenden

Ziele

- Alle Länder: SPAR hält die Beteiligung an der Mitarbeiter-Befragung konstant auf über 80 Prozent.

Themen nach GRI

- GRI 401: Beschäftigung (2016)
- GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit (2016)
- GRI 406: Gleichbehandlung (2016)
- SPAR KPI: Mitarbeiterbefragung

Kennzahlen nach GRI

- 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden.
- **405-1** Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten
- 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern
- **406-1** Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen

2.5.6. Qualifikation der Mitarbeitenden

Qualifizierte Fachkräfte für den Verkauf von Lebensmitteln und Sportartikel, für die Verwaltung, das Lagerwesen oder die IT zu finden, wird in allen Ländern, in denen SPAR tätig ist, laufend schwerer. Besonders in den östlichen europäischen Ländern mit derzeit noch relativ niedrigen Lohnniveaus wandern qualifizierte Fachkräfte nach Westen ab. Obwohl Löhne beispielsweise in Ungarn in den vergangenen Jahren überdurchschnittlich gestiegen sind, fällt es zunehmend schwerer, qualifizierte Fachkräfte für den Handel und alle damit verbundenen Dienstleistungen zu finden.
Der richtige Umgang mit Lebensmitteln, das Wissen über Verkauf und Beratung sowie nötige technische Fähigkeiten für den Betrieb von Märkten und Shopping-Centern sind hochqualifizierte Aufgaben, die Mitarbeitende beherrschen müssen, um den Geschäftsbetrieb und die Weiterentwicklung von SPAR zu garantieren. SPAR bildet daher in allen Ländern Mitarbeitende selbst aus und weiter und qualifiziert sie damit für ihre tägliche Arbeit. Die fortlaufende **Mitarbeiter-Qualifikation** ist einerseits nötig für den fortlaufenden Betrieb, andererseits ermöglicht sie Mitarbeitenden auch eine Weiterentwicklung mit Aufstiegsmöglichkeiten in Führungspositionen.

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
  - Wir sind der attraktivste Arbeitgeber.
  - Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter wird in ihrer/seiner Würde und Einzigartigkeit angenommen.

Handlungsfelder

- Qualifikation der Mitarbeitenden

Ziele

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

Themen nach GRI

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

Kennzahlen nach GRI

- **404-1** Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem
- 404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe
- **404-3** Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten
- SPAR-KPI: Prozentsatz der Angestellten, die ihre Soll-Ausbildung, welche für ihre Tätigkeit vorgesehen ist, absolviert haben.

2.5.7. Arbeitgeber-Attraktivität

In Lebensmitteleinzelhandel mit Bedienung und Sportfachhandel ist Beratung durch gut geschulte und motivierte Mitarbeitende essentiell wichtig für den langfristigen Geschäftserfolg. Ebenso sind gut ausgebildete Mitarbeitende für den Betrieb von Shopping-Centern unerlässlich. Die rund 80.000 Mitarbeitenden sind also die Säule des Erfolgs in der gesamten SPAR-Gruppe. Qualifizierte Fachkräfte sind in SPAR-Ländern jedoch aufgrund geburtenschwacher Jahrgänge heiß begehrt und daher schwer zu finden und zu halten. Neben der fairen Entlohnung sind für viele Arbeitnehmer soziale Faktoren und Zusatzangebote entscheidend für die Wahl des Arbeitgebers. Die SPAR-Gruppe versucht mit verschiedenen Programmen die **Attraktivität als Arbeitgeber** auf hohem Niveau zu halten und weiter zu verbessern.

Ein wesentlicher Faktor für die Zufriedenheit ist die **Mitarbeiter-Gesundheit**. Grundvoraussetzung ist, dass die Arbeit der Gesundheit nicht schadet. Besonders in Märkten und Lagern ist schwere körperliche Arbeit unvermeidbar. Daher bietet SPAR ein eigenes Gesundheitsprogramm mit den Punkten Bewegung, Ernährung, Entspannung und Vorsorge an, das richtige Bewegungsabläufe erklären und die allgemeine Fitness stärken soll. Auch die Unterstützung von (Firmen-) Sportveranstaltungen durch Hervis und SPAR trägt zur allgemeinen körperlichen und mentalen Fitness der Mitarbeitenden bei.
Insgesamt soll durch diese Programme, die alle ins Employer Branding von SPAR einzahlen, die Attraktivität von SPAR als Arbeitgeber gesteigert werden und so auch in Zukunft ausreichend, qualifizierte und motivierte Mitarbeiter für die Arbeit bei SPAR gefunden und gehalten werden.

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
  - Wir sind der attraktivste Arbeitgeber.
  - Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter wird in ihrer/seiner Würde und Einzigartigkeit angenommen.

Handlungsfelder

- Mitarbeitergesundheit
- Zusatzleistungen für Mitarbeitende

Ziele

- Österreich: Über 80 Prozent der Mitarbeitenden empfehlen SPAR lt. Mitarbeiter-Befragung als Arbeitgeber weiter.

Themen nach GRI

- GRI 401: Beschäftigung (2016)
- GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (2016)
- SPAR KPI: Mitarbeiterbefragung

Kennzahlen nach GRI

- **401-1** Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation
- 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden.
- **403-2** Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle
- SPAR KPI: Beteiligung an Mitarbeiterbefragung

2.5.8. Energieverbrauch und Klimaschutz

Die Temperaturen steigen, das Klima wandelt sich dramatisch. Die Folgen wie Überschwemmungen, Trockenperioden und damit verbundene schlechte Ernten werden auch in Österreich immer sicht- und spürbarer. Sowohl die weltweite Staatengemeinschaft als auch die Europäische Union haben sich zu der von der Wissenschaft geforderten Begrenzung der Erderwärmung auf unter zwei Grad Celsius bekannt. Damit haben sie auch die Notwendigkeit des Ausstiegs aus der fossilen Energieversorgung festgelegt. Die Reduktion des Energieverbrauchs und Maßnahmen zum Schutz des Klimas hängen untrennbar zusammen. SPAR bekennt sich zu diesen Zielen und den damit verbundenen Energie-Einsparungen, der Umstellung auf erneuerbaren Energieträgern und zur nötigen CO_2-Reduktion. Durch Einsparungen an Energie für den Betrieb von Logistik, Märkten und Centern wird ebenso der CO_2-Ausstoß reduziert, wie durch die Umstellung der Kühlmittel auf solche mit geringem GWP. Zusätzliche Kühlflächen, die durch Ernährungstrends wie Convenience nötig werden, erschweren das Erreichen dieser Ziele.

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

- Energie-Effizienz
- Erneuerbare Energie
- Lagerlogistik
- Transportlogistik
- Reduktion von CO2-Emissionen

Ziele

- Österreich: SPAR reduziert den Energieverbrauch bis 2050 um 50 Prozent (auf Basis 2009).
- Alle Länder: SPAR reduziert die CO2-Emission bis 2050 um 90 Prozent (auf Basis 2009).
- Österreich, Hervis: Nahezu 100 Prozent der benötigten Energie stammen bis 2050 aus erneuerbaren Quellen (inkl. eigener Logistik).

Themen nach GRI

- GRI 302: Energie (2016)
- GRI 305: Emissionen (2016)

Kennzahlen nach GRI

- **302-1** Energieverbrauch innerhalb der Organisation
- 302-2 Energieverbrauch außerhalb der Organisation
- 302-3 Energieintensität
- **305-1** Direkte THG-Emissionen (Scope 1)
- 305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)
- 305-4 Intensität der THG-Emissionen

2.5.9. Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

Spätestens seit der Ankündigung des Circular Economy Packages der Europäischen Union ist die Kreislauffähigkeit von Produkten und Verpackungen Top-Thema in Unternehmen und in der Nachhaltigkeitskommunikation. Bei SPAR ist bereits in der Verbraucherdeklaration von 1971 dokumentiert, dass SPAR aktiv bemüht ist, das Verpackungsvolumen zu reduzieren, das an den Haushalt geht. Dieses Versprechen gegenüber Kunden lebt SPAR seither laufend und versucht durch Vermeidung, Reduktion und Recyclingfähigkeit das Verpackungsvolumen zu reduzieren. Diese Ambition steht jedoch im Zielkonflikt mit anderen strategischen Zielen wie der Vermeidung von Lebensmittelverderb, der Automatisierung der Logistik, dem Angebot von Produkten in Selbstbedienung oder dem Angebot von Sortimenten für den Verzehr unterwegs (Convenience-Trend).

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

- Verpackungsreduktion
- Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

Ziele

- Alle Länder: SPAR steigert den Anteil an recyclingfähigen Verpackungen.
- Alle Länder: SPAR verzichtet bis 2020 auf Einweg-Plastikprodukte.
- Österreich: SPAR verzichtet ab 2020 auf Plastik-Tragetaschen.

Themen nach GRI

- GRI 306: Abwasser und Abfall (2016)

Kennzahlen nach GRI

- **306-2** Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren

2.5.10. Umgang mit Lebensmitteln

Die Verschwendung von Lebensmitteln zwischen Feld und Haushalt ist nicht nur moralisch verwerflich, sondern auch aus Umweltsicht. Der Anbau, die Verarbeitung, Transport und Lagerung verbrauchen Ressourcen, die umsonst aufgewendet wurden, wenn diese Lebensmittel nicht gegessen werden. Laut Schätzungen von Eurobarometer und FAO werden in der EU 88 Mio. Tonnen Lebensmittel jährlich nicht verbraucht. Sie verursachen 170 Mio. Tonnen CO_2 im Lebenszyklus. Der größte Teil der Lebensmittelabfälle stammt aus privaten Haushalten. Der Lebensmittelhandel hat einen relativ kleinen Anteil an der Verschwendung, setzt jedoch trotzdem durch Vorkehrungen für längere Haltbarkeit, Kundeninformation und Weitergabe an Sozialeinrichtungen zahlreiche Maßnahmen zu SDG 12: „Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern."

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

- Lebensmittelweitergabe an Sozialorganisationen
- Kunden-Information für nachhaltige Lebensweise

Ziele

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

Kennzahlen nach GRI

- **SPAR KPI:** Standorte mit Sozialkooperationen

2.6. Übersicht der SPAR-Ziele

Geltungsbereich	Ziel	Aktueller Status Ende 2018	Details auf Seite	Ziel erreicht
Österreich	Bis 2020 spart SPAR 1.000 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2017)	Rund 450 Tonnen Zucker konnten in SPAR-Eigenmarken eingespart werden.	S. 32	
Österreich	SPAR steigert jährlich den Umsatz von Bio-Produkten unter SPAR-Eigenmarken um 10 Prozent und die Anzahl um fünf Prozent.	Sowohl bei Umsatz als auch bei Artikelanzahl von Bio-Eigenmarkenprodukten konnte SPAR die erwarteten Steigerung 2018 erreichen. Genaue Zahlen werden aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht.	S. 34	
Slowenien	Bis 2020 spart SPAR 80 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2018).	Bis Ende 2018 hat SPAR Slowenien 16,8 Tonnen Zucker aus SPAR-Eigenmarkenprodukten entfernt und wird voraussichtlich das Ziel übertreffen.	S. 32	
Slowenien	SPAR spart 25 Tonnen Salz in SPAR-Eigenmarkenprodukten bis 2020 ein.	Das Projekt zur Salz-Reduktion ist 2018 gut angelaufen und hat bereits Einsparungen von 2,5 Tonnen Salz gebracht.	S. 34	
Ungarn	Ab 2019 spart Ungarn jährlich 50 Tonnen Zucker in Eigenmarken-Produkten ein.	2018 sind zahlreiche Rezepturen überarbeitet worden, deutliche Einsparungen im Jahr 2019 bringen werden.	S. 32	
Österreich	SPAR verbannt bis Ende 2018 Palmöl aus allen SPAR-Eigenmarken.	SPAR hat 2018 Palmöl weitestgehend aus SPAR-Eigenmarken verbannt. Gänzlich ohne Palmöl kommen alle neuen Rezepturen der Lebensmittelprodukte der SPAR-Eigenmarkenlinien SPAR PREMIUM, SPAR Natur*pur, SPAR Vital, SPAR free from, SPAR Veggie, SPAR enjoy und SPAR Feine Küche aus. Insgesamt sind 99 Prozent aller Lebensmittel unter SPAR-Eigenmarken frei von Palmöl. An der restlichen Umstellung wird weiter gearbeitet.	S. 35	
Österreich	SPAR hält das Fischsortiment lt. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.	Der WWF hat erneut bestätigt, dass alle Fischprodukte unter SPAR-Eigenmarken sowie 99 Prozent des gesamten SPAR-Fischsortiments aus verantwortungsvollen Quellen stammen.	S. 41	
Österreich	SPAR steigert die Humus-Anbaufläche der Vertragslandwirte für Humus-Gemüse auf 1600 ha bis 2020.	Derzeit bewirtschaften Landwirte 1.048 ha Anbaufläche nach den Kriterien des SPAR-Humusaufbau-Programms. Am Ausbau der Kooperation wird weiter gearbeitet.	S. 42	
Alle Länder	SPAR verbannt Frischeier aus Käfighaltung in allen Ländern bis 2025.	In Österreich sind Käfigeier bereits seit vielen Jahren nicht mehr im Sortiment von SPAR zu finden. Die übrigen Länder arbeiten weiter intensiv an der Umstellung bis 2025.	S. 39	

Hervis	Bis 2025 wird Hervis in allen Eigenmarken-Textilien auf Per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC) verzichten.	Die ersten Outdoor-Textilien ohne sonst übliche PFC-Beschichtungen hat Hervis bereits in der Saison Frühling/Sommer 2019 ins Sortiment aufgenommen, die Weiterentwicklung des Sortiments läuft auf Hochtouren.	S. 43	
Alle Länder	SPAR hält die Anzahl von Produktrückrufen aufgrund von Gesundheitsrisiken auf konstant niedrigem Niveau.	Insgesamt kam es in der SPAR HOLDING im vergangenen Jahr zu 27 vorbeugenden Produktrückrufen aufgrund möglicher Gesundheitsgefährdungen. Die Zahl blieb relativ konstant im Vorjahresvergleich.	S. 89	
Alle Länder	SPAR hält die Beteiligung an der Mitarbeiter-Befragung konstant auf über 80 Prozent.	An der letzten Mitarbeiterbefragung im Jahr 2016 nahmen 78 Prozent der Mitarbeitenden teil und damit etwas weniger als geplant. Die nächste Befragung findet 2019 statt.	S. 66	
Österreich	Über 80 Prozent der Mitarbeitenden empfehlen SPAR lt. Mitarbeiter-Befragung als Arbeitgeber weiter.	Die nächste Mitarbeiterbefragung findet 2019 statt.	S. 66	
Österreich	Über 80 Prozent der Mitarbeitenden haben die für ihre Position definiert Soll-Ausbildung absolviert.	Im Jahr 2019 wird überprüft, wie viele Mitarbeitenden ihre Soll-Ausbildung erfolgreich absolviert haben.	S. 57	
Österreich	SPAR reduziert den Energieverbrauch bis 2050 um 50 Prozent (auf Basis 2009).	Durch steigenden Ausstattungsstandard der Märkte ist der absolute Energieverbrauch gering gestiegen, im Vergleich zu den Vorjahren jedoch deutlich weniger stark. In Relation zur Verkaufsfläche ist der Energieverbrauch um 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesunken.	S. 69	
Italien	SPAR rollt die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO 14.001 schrittweise auf alle Standorte aus, bis 2018 sollen alle INTERSPAR-Standorte zertifiziert sein.	Seit 2013 sind die ersten Standorte von DESPAR-Nordest nach ISO14.001 zertifiziert, im Jahr 2018 konnten allen INTERSPAR-Hypermärkte zertifiziert werden. Weiter SPAR-Märkte folgen.	S. 68	
Alle Länder	SPAR reduziert die CO_2-Emission bis 2050 um 90 Prozent (auf Basis 2009).	2018 konnte SPAR die CO_2-Emissionen absolut um 13 Prozent und in Relation zur Verkaufsfläche um 33 Prozent verringern.	S. 76	
Österreich, Hervis	Nahezu 100 Prozent der benötigten Energie stammen bis 2050 aus erneuerbaren Quellen (inkl. eigener Logistik).	Der gesamte in Österreich verbrauchte Strom sowie der Großteil des in Italien verbrauchten Stroms stammt aus erneuerbaren Quellen, zudem steigert SPAR laufend die Energieproduktion der eigenen Photovoltaik-Anlagen. Herausfordernd ist noch die Umstellung der Logistik, da alternative Antriebe für Lkw erst am Markt eingeführt werden.	S. 73	
Alle Länder	SPAR steigert den Anteil an recyclingfähigen Verpackungen.	SPAR verpflichtet sich den Plänen zur europäischen Kreislaufwirtschaft und plant daher die zunehmende Recyclingfähigkeit von Verpackungen der SPAR-Eigenmarken.	S. 36	
Alle Länder	SPAR verzichtet bis 2020 auf Einweg-Plastikprodukte.	SPAR wird auf alle Einweg-Plastikprodukte laut EU-Single Use Plastic-Richtlinie verzichten. Alternativen zu den künftig verbotenen Produkten bietet SPAR bereits jetzt an.	S. 38	

Österreich	SPAR verzichtet ab 2020 auf Plastik-Tragetaschen.	In Österreich hat sich SPAR bereits 2016 in der freiwilligen Selbstverpflichtung für eine deutliche Plastiksackerl-Reduktion ausgesprochen. Ab 2020 bietet SPAR keine Plastiksackerl aus Kunststoff mehr an.	S. 37	
Österreich	SPAR hält die Anzahl der Standorte, die Lebensmittel an soziale Organisationen spenden bei nahezu 100 Prozent (bezogen auf alle Standorte in deren Umgebung es eine Sozialeinrichtung gibt).	SPAR kooperiert intensiv mit Sozialorganisationen, die unverkäuflich Lebensmittel abholen.	S. 82	

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

3. Verantwortungsvoll hergestellte Produkte

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

3.1. Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln

SPAR versteht sich als Nahversorger für das tägliche Leben und alle Lebenslagen in allen Ländern. Nähe ist hier nicht nur auf die Entfernung der über 3.200 Märkte zur Kundschaft zu verstehen, sondern auch als Nähe zu Produzenten. Denn vielfältig und gleichzeitig regional ist das Sortiment gestaltet. Vom Preiseinstiegs- bis zum Premium-Produkt, vom Massenartikel bis zur Spezialität aus der örtlichen Delikatessen-Manufaktur, von der Industrie-Marke bis zur SPAR-Eigenmarke bieten alle SPAR-Supermärkte ein vielfältiges Sortiment für alle Bevölkerungsschichten. Lebensmittel aus der Region gehören in jedem Markt zum Pflichtsortiment. Obst und Gemüse aus der Region, Brot und Milchprodukte von der nächstgelegenen Bäckerei oder Molkerei und auch regionstypische Spezialitäten unter SPAR-Eigenmarken sind ein Schwerpunkt in den SPAR-Regalen.

GRI 204-1

Als regional verwurzelter Lebensmittelhändler versucht SPAR möglichst viele Lebensmittel aus dem jeweiligen Land zu beziehen. Die Organisationsstruktur hilft SPAR dabei, denn der Einkauf für Lebensmittel ist nicht zentralisiert, sondern auf die Länderzentralen verteilt. Die Mitarbeitenden im Einkauf haben direkten Bezug zu regionalen Spezialitäten und ihren Produzenten. Für Konsumenten sind viele dieser Lebensmittel in den Märkten einfach zu erkennen, denn sie werden mit regional bekannten Logos direkt am Regal ausgezeichnet.

In Österreich suchen Regionalitäts-verantwortliche in allen sechs SPAR-Zentralen laufend nach den besten Lebensmitteln der Region. Über 40.000 lokale und regionale Produkte führt SPAR insgesamt in Österreich, viele davon von kleinstrukturierten Landwirtschaften, die nur ausreichend für wenige Märkte produzieren können. Aber auch mit größeren heimischen Lieferanten arbeitet SPAR eng zusammen, so kommt beispielsweise die SPAR-Milch aus der jeweiligen größeren Molkerei des Bundeslandes und wird für Kunden auch deutlich mit dem Bundeslandwappen gekennzeichnet. Frischfleisch in Bedienung, Frischmilch und Eier bezieht SPAR zu 100 Prozent aus Österreich, Milchbasisprodukte wie Butter oder Jogurt sowie auch Brot zu 95 Prozent von heimischen Lieferanten. Zusätzlich bietet jeder SPAR-Markt Brot von lokalen Bäckern. INTERSPAR fördert darüber hinaus lokale Manufakturen aus nächster Nähe, die jeweils nur wenige Standorte beliefern können, und kennzeichnet ihre Produkte mit dem Logo „Von dahoam das Beste!“. Zudem bietet SPAR ausgewählten Erzeugern die Möglichkeit, besonders herausragende Spezialitäten für SPAR PREMIUM herzustellen.

Italien ist bekannt für die hervorragende Küche, die durch regionale Lebensmittel geprägt ist. Diese regionalen Schätze hebt DESPAR in den Märkten der Regionen Veneto, Friaul, Trentino, Südtirol und Emilia Romagna durch Kennzeichnungen unter dem Motto „Sapori del nostro territorio“ hervor. Zusätzlich werden die rund 1.000 regionalen Lebensmittel bei Verkostungen in den Märkten und bei Kundenbesuchen in den Produktionsbetrieben vorgestellt.

In Kroatien arbeitet SPAR mit allen großen kroatischen Lebensmittelproduzenten zusammen und gibt zusätzlich kleinen Herstellern die Chance, im Rahmen ihrer Kapazitäten SPAR-Eigenmarken herzustellen. Damit erhalten auch kleinere Spezialitätenmanufakturen sowohl mit ihren eigenen Marken als auch unter SPAR-Eigenmarken Zugang zu einem großen Vertriebsnetz. Mit der Werbekampagne “Da, domaće je! “ (Ja, es ist heimisch!) unterstreicht SPAR, wie wichtig dem Unternehmen einheimische Produkte sind. Derzeit arbeitet SPAR Kroatien mit etwa 400 kleinen, mittelgroßen und große kroatischen Lieferanten zusammen. Diese Zahl steigt kontinuierlich weiter.

Mit der Einführung der neuen Eigenmarke “Vrtovi Hrvatske” (“Aus den Gärten Kroatiens”) hat SPAR im Jahr 2018 in Zusammenarbeit mit rund 30 kroatischen Produzenten 57 ein-

heimische, saisonale Obst- und Gemüse-Sorten neu ins Sortiment aufgenommen. Alle Artikel unter dieser Bezeichnung stammen zu 100 Prozent aus einheimischer Produktion und sind saisonabhängig in der Obst- und Gemüse-Abteilung von SPAR erhältlich. Geplant ist, möglichst viele landwirtschaftliche Familienbetriebe in diese Produktlinie aufzunehmen. Das Obst und Gemüse stammt aus der Gegend von Virovitica, Vinkovci, Bjelovar, Čazma, Varaždin, der Umgebung von Zagreb, Zadar, dem Neretva-Tal und Vrgorac. Aus dem sehr reichhaltigen Angebot heimischer Produkte wird den Kunden auch frisches und qualitativ hochwertiges Rindfleisch des Ver-

bandes kroatischer Fleischproduzenten angeboten, die mit ihrem Logo die Herkunft garantieren.

In Slowenien kennzeichnet SPAR-Produkte aus der Region mit dem bekannten Logo „Slovenija, moja dežela“. Das Zeichen ziert sowohl SPAR-Eigenmarken als auch eigene Regionalitätsstände in ausgewählten Märkten.

Und auch SPAR Ungarn setzt zunehmend auf regionale Lieferanten. So wurde beispielsweise über viele Jahre hinweg die ungarische Landwirtschaft soweit aufgebaut und gefördert, dass Früchte wie Melonen komplett aus Ungarn bezogen werden können. Rund die Hälfte der Backwaren-Produzenten stammen aus Ungarn und regionale ungarische Eigenmarken-Produkte werden zukünftig mit dem Logo „Magyar Termék“ gekennzeichnet, um Konsumenten auf die lokale Herkunft extra hinzuweisen.

3.2. Zucker: SPAR-Initiative für bewusste Ernährung

Zusammen mit dem wissenschaftlichen Ärztebeirat verfolgt SPAR seit Jahren mehrere Gesundheitsinitiativen, darunter die konsequente Reduktion von Zucker in den Lebensmittelprodukten der SPAR-Eigenmarken. Seit 2017 hat SPAR intensiv begonnen Zucker aus den Rezepturen der SPAR Eigenmarken Gramm für Gramm zu entfernen. Denn, zahlreiche Artikel des täglichen Genusses weisen eine deutlich höhere Konzentration an Zucker auf, als dies die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfehlen würde. Nicht mehr als 25 g bis 50 g Zucker sollte laut dieser ein Erwachsener pro Tag zu sich nehmen. Laut Versorgungsbilanz der Statistik Austria ist die tägliche Menge beim Durchschnitts-Österreicher mit 92 g knapp viermal so hoch, in anderen SPAR-Ländern teilweise deutlich darüber. Bewussten Konsumenten ist dieser Umstand durchaus bekannt und sie suchen daher nach Produkten mit einem geringeren Zuckergehalt oder ganz ohne Zucker. Laut einer Ende August 2018 veröffentlichten Umfrage des Linzer Market Instituts im Auftrag des österreichischen Start-Ups „, welches die "Neoh"-Schokoriegel exklusiv bei SPAR vertreibt, wollen rund Dreiviertel der Österreicherinnen und Österreicher (76 Prozent) den Zuckerkonsum einschränken – 41 Prozent davon sogar unbedingt. Grund für diese Kriterien ist in vielen Fällen der Wunsch nach einer gesünderen Ernährung.

SPAR hat diesen Trend zu bewussterer Ernährung bereits vor vielen Jahren erkannt und die Eigenmarke SPAR-Vital geschaffen. Unter dieser werden ausschließlich Produkte geführt, die ein unabhängiger wissenschaftlicher Beirat aus hochkarätigen Ärzten für gut befunden hat. Kriterien für diese Beurteilung können ein niedrigerer Zucker- oder Fettgehalt als in Vergleichsprodukten oder ein hoher Anteil von Stoffen sein, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken.
Seit 2017 forciert SPAR eine eigene Initiative für gesunde Ernährung und weniger Zucker, mit dem Ziel, bis 2020 aus allen SPAR-Eigenmarken-Produkten in Österreich 1.000 Tonnen und in Slowenien 80 Tonnen Zucker zu entfernen ohne diesen durch künstliche Süßstoffe zu ersetzen. Die fünf Säulen der Initiative sind:

1. Reduktion: SPAR nimmt Zucker aus Eigenmarken-Produkten

GRI G4 FP6

Gramm für Gramm wurde bei über 200 SPAR-Eigenmarkenprodukten seit Anfang 2017 Zucker entnommen. Insgesamt rund 450 Tonnen Zucker oder 100 Millionen Stück Würfelzucker wurden seit Anfang der Initiative bis Ende 2018 eingespart. SPAR Granola Müsli Physalis Kokos (minus 8 Gramm auf 100 Gramm), SPAR Linzerstangerl (minus 8 Gramm auf 100 Gramm), SPAR Heringsfilets Mexico (minus 2,9 Gramm auf 100 Gramm), SPAR Feine Butterwaffel (minus 11 Gramm auf 100 Gramm) oder S-BUDGET Fruchtmolke Maracuja (minus 2,6 Gramm auf 100 Gramm) sind nur einige jener Produkte, die heute mit weniger Zucker auskommen als vor ein paar Monaten. Allein durch die Reduktion bei SPAR-Limonaden werden jährlich 100 Tonnen Zucker eingespart, viele weitere SPAR-Eigenmarkenprodukte werden in den nächsten ein bis zwei Jahren folgen. Ziel ist 1.000 Tonnen Zucker einzusparen. Auch in den übrigen SPAR-Ländern wird fleißig an der Überarbeitung der Rezepturen gearbeitet, in Slowenien wurden so bereits 16,8 Tonnen Zucker aus Produkten weggelassen, das Ziel liegt bei 80 Tonnen bis

2020. DESPAR Italien arbeitet dazu mit der Universität Parma zusammen. Bei SPAR Ungarn ist die erste Zuckerreduktion in Eigenmarken bereits 2012 erfolgt, als in Ungarn eine Zuckersteuer eingeführt wurde. 2018 haben Sortimentsmanagement und Qualitätssicherung in Ungarn erneut die Rezepturen der ungarischen Eigenmarken speziell in den Sortimenten Molkereiprodukte, alkoholfreie Getränke sowie Cerealien kontrolliert, Vergleichsanalysen durchgeführt und Verkostungen von Rezepturänderungen durchgeführt. Für 2019 plant SPAR Ungarn eine jährliche Zucker-Reduktion von 50 Tonnen in Eigenmarken.

2. Initiative: Gesunde Kinderernährung

SPAR unterstützt die gesunde Schuljause, den „Trink- und Jausen-Führerschein“ und die „Zuckerdetektive“ von SIPCAN. Denn gesunde Ernährung beginnt im Kindesalter. Die Initiative von Primar Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hoppichler klärt Kinder über die gesunde Schuljause auf und gestaltet Schulbuffets gesünder. Im heurigen Schuljahr 2018/19 nehmen österreichweit 11.614 Schülerinnen (+6,9% zum Vorjahr) aus 525 Klassen (+8,2% zum Vorjahr) an 221 Schulen (+23,4% zum Vorjahr) am Trink- und Jausenführerschein teil. Das ist das beste Ergebnis seit Beginn der Kooperation. 11.614 Schülerinnen entspricht 13,8% aller Schülerinnen der 5. Schulstufe. SPAR beliefert außerdem Schulbüffets mit den von SIPCAN als in Ordnung befundenen Eigenmarken zu Sonderpreisen. Aktuell beziehen 60 Buffetstandorte in vier Bundesländern SPAR-Produkte - damit bekommen ca. 43.000 Schülerinnen und Schüler eine Alternative zum Leberkäs-Semmerl und der zuckerreichen Limonade in der Schulpause angeboten. Kontinuierlich kommen neue Standorte hinzu.

3. Alternative: Zuckerfreie Produkte und Zuckerersatz

SPAR bietet Alternativen zum Zucker. Seit 10 Jahren führt SPAR die gesunde Eigenmarke SPAR Vital, unter der auch Zuckeralternativen gelistet sind. Von Birkenzucker über Reissirup bis Stevia-Produkte bietet SPAR Produkte für Kunden, die auf herkömmlichen Haushaltszucker verzichten möchten. Darüber hinaus informiert SPAR auf der Unternehmenshomepage über die unterschiedliche Wirkung der verschiedenen Zuckerarten.

4. Information: Der Weg zur gesunden Ernährung verständlich gemacht

SPAR informiert im Kundenmagazin SPAR Mahlzeit! regelmäßig über bewusste Ernährung mit Eigenmarken-Produkten. SPAR arbeitet mit einem wissenschaftlichen Ärztebeirat zusammen, um so die neuesten Ernährungserkenntnisse für die Kunden zu „übersetzen“ und verständlich zu machen. Dazu hat SPAR Österreich auch gemeinsam mit der österreichischen Adipositasgesellschaft, der österreichischen Anti-Aging-Gesellschaft sowie der österreichischen Ärztekammer die Allianz gegen zu viel Zucker gestartet, deren Ziel die Aufklärung von zu hohem Zuckerkonsum und dessen negativen Folgen ist. Die Initiative wird von führenden österreichischen Lebensmittel-Erzeugern unterstützt und ist offen für weitere Unternehmen, die sich für weniger Zucker in der Ernährung einsetzen möchten.

Ebenfalls 2018 hat SPAR in Österreich eine der innovativsten Werbemaßnahmen gestartet, um auf die Überzuckerung hinzuweisen. Mit einer kreativen Kunstaktion machte SPAR gemeinsam mit österreichischen Influencern auf Instagram darauf aufmerksam, dass Zucker in unserem Alltag eine viel zu dominante Rolle spielt. Auf dem eigens erstellten Instagram-Kanal @allesueberzuckert wurden täglich zweieinhalb Monate lang mit Zuckerguss überzogene Alltagsgegenstände veröffentlicht. Insgesamt konnten mit der Aktion weit über 2,5 Millionen Sichtkontakte und über 130.000 Reaktionen generiert werden. Darüber hinaus wurden die Beiträge über 500-mal geteilt.

Des weiteren informiert SPAR Österreich über die Unternehmenshomepage intensiv über die Reduktion von Zucker, stellt Kundinnen und Kunden neue Rezepte mit weniger oder gänzlich ohne Zucker zur Verfügung und gibt einen Blick hinter die Kulissen der Zuckerreduktion bei SPAR.

5. Inspiration: Rezeptideen und Anleitungen ohne Zucker

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

3.3. Weniger Salz in SPAR-Eigenmarken

Vorreiter bei der bewussten Reduktion von Salz innerhalb der SPAR HOLDING ist Slowenien. Bis 2020 möchte SPAR Slowenien 25 Tonnen Salz aus SPAR-Eigenmarkenprodukten weglassen. In einem ersten Schritt wurden die Rezepturen der meistverkauften Brote überarbeitet. Allein dadurch werden jährlich rund drei Tonnen Salz eingespart. Neu entwickelt hat die SPAR-Bäckerei in Slowenien beispielsweise die Kalčko Brötchen, die 30 Prozent weniger Salz enthalten als die anderen Brote der Bäckerei im Durchschnitt und aufgrund ihres hohen Gehalts an gehärteten Samen eine Quelle für Ballaststoffen und Proteinen sind. Die Brötchen wurden daher vom Institut für Ernährung als Innovation des Jahres 2018 in der Produktgruppe Bäckerei ausgezeichnet. Die aktuelle Salz-Einsparung in Slowenien liegt laut letzter Auswertung im September 2018 bei rund 2,5 Tonnen. SPAR Slowenien wird dieses Projekt auch 2019 weiter verfolgen mit einer Vielzahl von überarbeiteten Produkten und begleitender Information.

SPAR Kroatien hat den Salzgehalt in Brot und Backwaren aus der eigenen Produktion gesenkt und den Salzgehalt um 14,6 Tonnen gegenüber dem Vorjahr reduziert.

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

3.4. Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung

Die biologische Landwirtschaft unterliegt besonders strengen Kriterien zu Düngemittel und Pestizideinsatz und gilt daher als besonders nachhaltig. Zum Erfolg von biologischer Landwirtschaft besonders in Österreich hat SPAR bereits vor über 20 Jahren mit der Einführung der ersten Bio-Lebensmittel unter der Eigenmarke SPAR Natur*pur beigetragen. Heute ist diese eine der erfolgreichsten Marken im SPAR-Sortiment und verzeichnet jährlich zweistellige Zuwachsraten. SPAR hat sich zum strategischen Ziel gesetzt, auch weiterhin Auswahl und Umsatz mir Bio-Produkten zu steigern und trägt damit auch weiterhin zum Ausbau der biologischen Landwirtschaft bei. Über 2500 Bio-Artikel bietet SPAR in Österreich, davon 1200 unter SPAR-Eigenmarken. Diese Vielfalt trägt SPAR auch in die übrigen Länder. In Kroatien führt SPAR beispielsweise 827 verschiedene Bio-Artikel, davon 359 Artikel unter der Eigenmarke SPAR Natur*pur und ist damit führend im Lebensmittelhandel.

3.5. Vegetarische und vegane Ernährung

Umweltschutz-Organisationen fordern nicht erst seit 2019 den vermehrten Verzicht auf Fleischkonsum, um den Ernährungsempfehlungen der WHO zu entsprechen und damit auch die Umwelt zu schonen. Denn Europäer essen deutlich mehr tierisches Eiweiß, als die Weltgesundheitsorganisation für eine ausgewogene Ernährung empfehlen würde. Und für dieselbe Menge Kalorien für die Ernährung verbrauchen tierische Quellen in der Produktion deutlich mehr Ressourcen als pflanzliche Nahrungsmittel. Aus Umwelt- und Gesundheitsschutz-Gründen gleichermaßen fördert SPAR daher die vegetarische Ernährung und

hat bereits 2012 SPAR Veggie, die Eigenmarke für Vegetarier, Veganer und Flexitarier

eingeführt. Seither hat SPAR die Produktpalette stetig erweitert, sodass SPAR Veggie heute 96 Produkte umfasst und in allen Ländern verfügbar ist.
SPAR Kroatien legte 2018 wieder einen besonderen Fokus auf die Förderung vegetarischer Ernährung gelegt: SPAR unterstützt die Bewegung Meatless Monday und bietet jeden Montag 10% Ermäßigung auf alle SPAR Veggie-Produkte. In Zusammenarbeit mit einem regionalen Tierschutzverein promotet SPAR Veggie-Produkte und ist zudem Generalsponsor des größten Nachhaltigkeitsfestivals in der Region, des ZeGeVege Festivals in Zagreb.

3.6. Palmöl-Verzicht bei SPAR-Eigenmarken

Palmöl ist eines der meistverwendeten pflanzlichen Fette und auf Grund seiner Eigenschaften in vielen Lebens- und Gebrauchsmitteln enthalten. Aber Palmöl ist zum Synonym für Umweltzerstörung geworden: 27 Millionen Hektar Regenwald[1], eine Fläche ungefähr dreimal so groß wie Österreich, sind den riesigen industriellen Ölpalm-Monokulturen bereits zum Opfer gefallen. Menschen sowie auch Tiere haben ihren Lebensraum verloren und die Biodiversität wurde in diesen Regionen vernichtet. Umweltorganisationen warnen seit Jahren vor den erheblichen negativen Konsequenzen des Palmölanbaus für unsere Umwelt. Durch eine Greenpeace-Studie[2] wurde auch auf die potenzielle Gesundheitsgefährdung hingewiesen. Als verantwortungsvolles Unternehmen hat SPAR bereits in der Vergangenheit konsequent auf Palmöl verzichtet, soweit dies möglich war und legt nun einen Schwerpunkt auf die generelle Verbannung von Palmöl aus Lebensmittelprodukten der SPAR-Eigenmarken.
Einen der ersten Schritte zur Palmöl-Freiheit hat SPAR Italien gesetzt und als erster Teil der SPAR HOLDING Gruppe das Sinnbild für Palmöl in Lebensmittel auf andere Fette umgestellt: den Nougat-Brotaufstrich. Während der Markenartikel weiterhin Palmöl enthält, sind alle Nougat-Aufstriche von SPAR-Eigenmarken frei von Palmöl.
Im Sinne der Gesundheit der Kundinnen und Kunden hat SPAR Österreich im Herbst 2017 entschieden, auf Palmöl in weiteren Lebensmittelprodukten der SPAR-Eigenmarken zu verzichten. In etwas mehr als einem Jahr wurden die Rezepturen der Lebensmittelprodukte der SPAR-Eigenmarken überarbeitet, die noch Palmöl enthielten und das Fett soweit irgendwie möglich aus allen Produkten entfernt. In Österreich sind Ende 2018 99 Prozent aller SPAR Lebensmittel-Eigenmarkenprodukte –

[1] https://www.regenwald.org/themen/palmoel/fragen-und-antworten#start

[2] Greenpeace Marktcheck Palmöl Sept. 2017

nicht nur der Bio-Produkte - vollkommen palmölfrei. Gänzlich ohne Palmöl kommen alle Lebensmittelprodukte der SPAR-Eigenmarkenlinien SPAR PREMIUM, SPAR Natur*pur, SPAR Vital, SPAR free from, SPAR Veggie, SPAR enjoy und SPAR Feine Küche aus. Statt Palmöl wurde vorrangig heimisches Sonnenblumenöl, Rapsöl oder auch Butter verwendet. In Italien wurden 173 Rezepturen von Eigenmarken, die bisher noch Palmöl enthielten, umgestellt. In Ungarn hat SPAR 2018 bei allen national entwickelten Eigenmarken durch Abfrage der Lieferanten die Möglichkeit geprüft, die Rezeptur auf palmölfrei umzustellen. Bei drei Produkten der SPAR-Qualitätsmarke ist dies bereits umgesetzt worden. SPAR Kroatien setzte im vergangenen Jahr andere Schwerpunkte, entwickelte aber trotzdem Palmöl-freie Eigenmarken-Produkte wie die SPAR-Schokolade mit Puffreis. Zahlreiche Eigenmarken werden aus österreichischer Produktion übernommen und sind damit ohnehin zu 99 Prozent ohne Palmöl hergestellt.
Bei einigen wenigen Produkten ist eine Umstellung noch nicht gelungen. SPAR wird weiterhin intensiv daran arbeiten, auch diese restlichen SPAR-Eigenmarkenprodukte umzustellen. Hier sind derzeit noch einige Herausforderungen zu überwinden, wie eine verkürzte Haltbarkeit bei alternativen Ölen oder Einbußen bei Geschmack und Qualität. Das SPAR-Qualitätsmanagement sucht jedoch sehr intensiv nach Möglichkeiten und Varianten, um auch bei diesen wenigen verbliebenen Produkten auf Palmöl verzichten zu können.

3.7. Verpackungsreduktion

Die Ressourcenschonung in jeder Hinsicht ist eine der wirtschaftlichen Herausforderungen und Kernaufgaben dieser Zeit. Konsumentinnen und Konsumenten in den Industrienationen sind gewohnt, „aus dem Vollen schöpfen zu können“, weltweite Warenströme sind selbstverständlich geworden und neue Lebensumstände führen zu individualisierten Produkten in kleineren Packungsgrößen. Ermöglicht wird dieser Wohlstand erst durch Verpackung – sie ist aus einem modernen Supermarkt nicht wegzudenken. 2017 wurden in Österreich rund 300.000 Tonnen an Plastik-Verpackungen entsorgt[3]. Dieser Verpackungsflut setzt SPAR einen Schwerpunkt zur Verpackungsreduktion entgegen und prüft, wo Verpackungen vermieden, reduziert oder durch recyclingfähige Alternativen ersetzt werden können. Bei allen Maßnahmen müssen Produktqualität, Produktschutz und rechtliche Rahmenbedingungen aber eingehalten werden.

Die SPAR-Strategie, um Verpackungsmüll zu reduzieren, besteht aus drei Säulen.

1. Vermeiden:

SPAR prüft bei jedem Produkt, ob eine Verpackung für Produktschutz und Kennzeichnung nötig ist. In vielen Fällen reicht, beispielsweise zur Kennzeichnung von Bio-Obst, auch ein Sticker. Daher hat SPAR in Österreich bereits vor zehn Jahren die Verpackung von Bio-Bananen weggelassen und seither 300 Tonnen Plastik eingespart. SPAR Österreich führt auch das größte Mehrweg-Angebot bei Getränken im Einzelhandel: In jedem Markt bietet SPAR mindestens Mineralwasser, Bier, Fruchtsaft und Limonaden in Glasflaschen an. Zudem motiviert SPAR Kundinnen und Kunden in allen Ländern Mehrweg-Sackerl für Obst und Gemüse sowie für ihren gesamten Einkauf zu nutzen. Diese Sackerl wurden in Österreich erstmals bei SPAR getestet und sind seit Jahresende in allen SPAR-Ländern verfügbar.

2. Reduzieren:

Nötige Verpackungen reduziert SPAR auf ein Minimum. In den vergangenen Jahren sind beispielsweise die PET-Flaschen bei SPAR-Mineralwasser deutlich leichter geworden und bei vielen Produkten wie beispielsweise SPAR Müslis wurde die Verpackung von Karton und Folienbeutel auf einen reinen Folienbeutel reduziert.

[3] https://greenpeace.at/assets/uploads/publications/presse/FactSheet_Position%20zu%20Plastikverpackungen.pdf

3. Recyclen:

Langfristig sollen alle verbleibende Verpackungen recyclingfähig werden, um die Rohstoffe möglichst lange im Kreislauf zu halten. Dafür achtet SPAR bereits beim Verpackungsdesign auf die spätere Verwertung. Beispielsweise werden Wurst und Käse in Bedienung bei SPAR schon immer in recyclingfähige Papiersackerl und Papier mit einer dünnen, ablösbaren Plastikschicht verpackt. Andere Verpackungen, wie die Becher aller SPAR Natur*pur Bio-Jogurts lassen sich einfach in ihre Bestandteile zerlegen und recyclen. Bei vielen Obstsorten wurden Plastikschalen durch Papier ersetzt, für das in allen Ländern bessere Recyclingsysteme bestehen. In Österreich und seit 2018 auch in Ungarn werden rohe Frischeier ausschließlich in Kartonverpackungen angeboten. In Österreich bestehen die Eier-Verpackungen für gekochte, gefärbte Eier ausschließlich aus Recycling-PET. Ziel ist, dass Verpackungen von Eigenmarken-Produkten aus möglichst wenig unterschiedlichen Materialien bestehen, die möglichst ohne oder mit recyclingfähigen Additiven auskommen. Nicht recyclingfähige Verpackungen sollen zunehmend aus dem Sortiment verschwinden.

Auf vielen SPAR-Eigenmarkenprodukten ist das Verpackungsmaterial durch die Harz Identification Codes gekennzeichnet, um Konsumenten die richtige Trennung in den regional unterschiedlichen Recyclingsystemen zu erleichtern. In Italien werden ab 2019 auf allen SPAR-Eigenmarken eigens entwickelte Icons abgedruckt, die über alle verwendeten Packstoffe mittels Harz Identification Code Auskunft geben.

Verpackungen werden großteils von Sortimentsmanagern auf Basis der am Markt verfügbaren Verpackungsalternativen und der von den Lieferanten bereitgestellten Informationen ausgewählt. Um bei diesen Entscheidungen auch Umweltkriterien zu berücksichtigen, hat SPAR den WWF Österreich mit der Erstellung eines Verpackungsleitfadens beauftragt, der Anfang 2019 fertiggestellt wurde. Dieser Leitfaden unterstützt mit allgemeinen Informationen zur Vermeidung von Verpackung, Förderung der Recyclingfähigkeit und dem Hinweis auf Hinderungsfaktoren für Recycling bei der Wahl der besseren Verpackung in Hinblick auf die Kreislaufwirtschaft. Ergänzt wird dieser Leitfaden durch den Circular Design Guide der FH Campus Wien und den Leitfaden „Design4Recycling“ des Dualen System Deutschland.

3.7.1. Verzicht auf Plastik-Tragetaschen

SPAR forciert bereits seit vielen Jahren in allen Ländern die mehrfache Verwendung von Tragetaschen und bietet eine ganze Reihe von Mehrweg-Taschen an. SPAR Italien bietet bereits seit 2009 nur noch Permanent-, kompostierbare und Papier-Tragetaschen gegen Bezahlung an, in allen Ländern wird derzeit auch noch eine Tasche aus Recycling-Kunststoff angeboten. Seit 1.1.2019 besteht auch in Slowenien und Kroatien, wie bereits bisher in Ungarn, Italien und Österreich die Verpflichtung, Tragetaschen ausschließlich gegen Bezahlung abzugeben. Durch das Verbot der Gratis-Abgabe soll auch in diesen Ländern das EU-Ziel von durchschnittlich maximal 40 Taschen pro Kopf und Jahr erreicht werden. SPAR Ungarn wird ab Mitte des Jahres 2019 ausschließlich biobasierte, kompostierbare oder mehrfach verwendbare Tragetaschen anbieten. In Österreich werden ab 1.1.2020 die Plastik-Tragetaschen verboten.
Komplizierter ist der Abtausch von dünnwandigen Sackerl für Obst- und Gemüse, sogenannten Knotenbeuteln. In Italien besteht bereits seit Anfang 2018 die Verpflichtung zu biologisch abbaubaren Knotenbeuteln und ein Verbot der Gratis-Abgabe. Jedoch dürfen diese Knotenbeutel lt. gesetzlicher Vorgabe weiterhin zu bis zu 60 Prozent aus fossilen Rohstoffen bestehen und zersetzen sich nur unter konstant feucht-warmen Bedingungen. Zudem sind diese Alternativen deutlich dicker, um dieselbe Reißfestigkeit zu garantieren, in Summe bleibt der Materialaufwand hoch. Ökonomisch bedeuten Alternativen aus bioabbaubarem Kunststoff oder aus Papier den doppelten bis vierfachen Preis. Auch in Österreich sollen Knotenbeutel aus fossilem Kunststoff ab 1.1.2020 verboten werden. INTERSPAR und Maximarkt bieten daher bereits seit Anfang 2018 gratis Papiersackerl als Alternative an, die jedoch nicht von allen Kunden angenommen werden. In Kroatien ist die Gratis-Abgabe von Knotenbeuteln weiterhin erlaubt, am Ausgabeort werden Kunden durch SPAR auf die sparsame Verwendung hingewiesen. Langfristig sieht SPAR in Ländern, in denen es ein bestehendes uns funktionierendes Sammelsystem gibt, (industriell-)kompostierbaren Kunststoff nicht als sinnvolle Alternative, da dieser weder einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leistet noch Littering verhindert.
Zur Verringerung der Knotenbeutel hat SPAR in allen Ländern 2018 und 2019 das Wieder-

verwendbar-Sackerl für Obst und Gemüse eingeführt. Das Netz wird einmal im Dreierpack erworben und kann dann immer wieder anstelle der Knotenbeutel verwendet werden. Die Netze sind mit einem Anhänger versehen, auf dem Waagenetiketten einfach aufgeklebt und wieder abgezogen werden können.

3.7.2. Verbote von Einweg-Plastik

Mit dem Kreislauf-Wirtschaftspaket der EU soll die Summe an Plastik in der EU deutlich reduziert werden und der Kreislauf von Wertstoffen gefördert werden. Als Vertreiber von Fast Moving Consumer Goods ist SPAR direkt betroffen von der bereits beschlossenen neuen EU-Abfallrahmenrichtlinie sowie von der vor Beschluss stehenden Single Use Plastic Richtlinie. Beide Richtlinien zielen auf die Reduktion der Vermüllung von Meer und Land ab. Diese Problematik ist teilweise in den SPAR-Ländern tatsächlich problematisch, in anderen aufgrund gut funktionierender Sammelsysteme nicht. Von kommenden Verboten sind alle SPAR-Länder jedoch gleichsam betroffen. Daher bereitet sich SPAR bereits jetzt aufkommende Verbote vor und wählt Alternativen aus, die Plastikartikel ersetzen werden. Beispielsweise werden BEAUTY KISS Wattestäbchen von Plastik auf Papier umgestellt, Plastikstrohhalme durch solche aus Papier abgetauscht, Alternativen für Plastik-Einwegbesteck befinden sich im Test und es werden Alternativen für Convenience-Behälter geprüft, die eine deutliche Plastikreduktion bei Lebensmitteln für den sofortigen Verzehr herbeiführen sollen.

3.7.3. Warum geht es nicht ganz ohne Verpackung?

In vielen Fällen braucht es Verpackungen, um Waren von der Herstellung bis in den Haushalt zu bringen. Lebensmittel werden durch Verpackung vor äußeren Einflüssen wie Licht, Sauerstoff oder Druck geschützt, die sie schneller verderben lassen. Gurken halten beispielsweise durch das Einschweißen in Plastik-Folie dreimal länger frisch als offene Ware, ohne Folie verderben fünfmal mehr Gurken bereits im Markt, wie Tests wiederholt gezeigt haben. Bei Melanzani stieg der Verderb im Test von 4-8 Prozent mit Folie auf über 30 Prozent ohne Folie an, daher sind Melanzani auch weiterhin verpackt. Bei Fenchel wiederrum ist der Verderb von unverpackter und verpackter Ware annähernd gleich, hier wird seit Herbst 2018 auf die Folie verzichtet. SPAR testet regelmäßig Produkte unverpackt anzubieten und bewertet aufgrund der Ergebnisse, ob die Verpackung durch verringerten Verderb gerechtfertigt ist. Bei deutlich erhöhtem Verderb bereits im Markt verursacht die Verpackung in der Gesamtbetrachtung deutlich weniger negative Umweltfolgen, da ja für den Anbau und Düngung, den Transport und die Lagerung von sonst verdorbenem Obst und Gemüse ebenfalls (fossile) Ressourcen aufgewendet wurden. Weitere Beispiele für reduzierte Lebensmittelverschwendung sind beispielsweise Fleisch, das unter Schutzatmosphäre verpackt wird oder Hefegebäck, das vor vorzeitiger Austrocknung bewahrt wird. Bei Getränken kann die Mindesthaltbarkeit durch den Lichtschutz deutlich verlängert werden. Lebensmittelverschwendung kann also durch Verpackung deutlich gesenkt werden. Bio-Produkte müssen zudem laut Gesetz von konventionellen Produkten eindeutig unterscheidbar und getrennt sein. Das ist oft nur durch Verpackung möglich.

Reduktion nur gemeinsam möglich

Langfristig ist eine deutliche Reduktion von Verpackungen nur gemeinsam mit Konsumenten möglich. Das Angebot von Getränken in Mehrweg- statt Einwegflaschen, Feinkost in Bedienung statt vorverpackt oder Mehrwegsackerl für Obst ist bereits heute gegeben – die umweltfreundliche Wahl liegt beim Konsumenten. Daher klärt SPAR auch seit vielen Jahren über die richtige Entsorgung von Verpackungen auf. SPAR war in Österreich an der Gründung der ARGEV und ihrer späteren Nachfolge-Organisation ARA beteiligt. Bereits 1990 hat SPAR Konsumenten in Österreich über die Vorteile von Sammelsystemen und die richtige Entsorgung informiert. Diese Aufgabe fördert SPAR in Österreich weiterhin durch eigene Medien und durch die Bildungsarbeit der ARA.

In Italien druckt SPAR auf vielen Eigenmarken-Produkten seit 2018 das Icon für die Art des Verpackungsmaterials auf. Damit sollen Konsumenten bei der richten Trennung und Sammlung verschiedener Verpackungsarten unterstützt werden bzw. diese erst ermöglicht werden.

Zusätzlich schafft SPAR in allen Ländern durch Sammelsysteme in den Märkten Möglichkeiten für die korrekte Entsorgung von Verpackungen (siehe S. 80).

3.8. Tierwohl

GRI G4 FP12

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

3.8.1. Verbot von Käfigeiern

Die Haltung von Legehennen in konventionellen Käfigen ist EU-weit seit 2012 gesetzlich verboten, in „ausgestalteten“ Käfigen und Kleingruppen ist die Haltung jedoch weiterhin erlaubt. In Österreich werden bei SPAR bereits seit 2006 keine Eier aus Käfighaltung mehr angeboten. Anfang 2018 hat sich SPAR auch in Nordost-Italien, Slowenien, Ungarn und Kroatien zum Ziel gesetzt, Frischeier aus Käfighaltung aus dem Sortiment zu verbannen und nur noch Eier aus Boden-, Freiland- und Biohaltung anzubieten. Frischeier werden in allen SPAR-Ländern lokal in dem jeweiligen Land eingekauft. Bisher haben Legebetriebe außerhalb Österreichs keine ausreichenden Eiermengen aus besseren Haltungsbedingungen für eine flächendeckende Versorgung liefern können. Um auch den Lieferbetrieben die Zeit für nötige Adaptierungen und Investitionen zu geben, verringert SPAR zukünftig den Anteil an Käfigeiern jährlich um zehn Prozent. Von unterschiedlichen Anteilen in den Ländersortimenten ausgehend, werden Frischeier aus Käfighaltung bis spätestens 2025 aus allen SPAR-Regalen verschwunden sein. Zusätzlich wird in allen Ländern das Angebot an Frischeiern aus Freiland- und Biohaltung erweitert. In Ungarn stellen durch die Nachfrage von SPAR gerade Eier-Produzenten auf Freilandhaltung um, die Freilandeier werden ab Ende 2019 bei SPAR angeboten. In Kroatien stammt bereits jetzt rund ein Drittel der verkauften Eier aus Bodenhaltung anstelle von Käfighaltung, wie bisher üblich. Auch verarbeitete Eier in SPAR-Eigenmarkenprodukten sollen bis 2025 auf Eier aus Bodenhaltung umgestellt sein.

In Österreich werden zudem für Eigenmarkenprodukte schon heute keine Eier aus Käfighaltung mehr verarbeitet. Im Bio-Segment haben sich 2016 alle Händler auf eine Branchenlösung geeinigt. Männliche Bio-Küken, die keine Eier legen können und daher bisher nach dem Schlupf getötet wurden, werden gemeinsam mit Masthühnern aufgezogen.

3.8.2. Mehr Tierwohl bei Schweinen

Besondere Konsumentenaufmerksamkeit erfährt das Thema Tierwohl in Österreich. Im Ländervergleich sind die gesetzlichen Grundlagen in Österreich bereits die strengsten. Darauf aufbauend betreibt SPAR Programme mit noch strengeren Tierwohl-Vorgaben. Die SPAR-eigenen TANN Fleischwerke verarbeiten ausschließlich österreichisches Rind- und Schweinefleisch. Rohes Schweine- und Rindfleisch in den SPAR-Märkten ist mit dem AMA-Gütesiegel gekennzeichnet. Dieses garantiert durch externe Kontrollen die Einhaltung der strengen österreichischen Tierschutz-Gesetze. Das AMA-Gütesiegel garantiert auch, dass die Tiere in Österreich geboren und aufgezogen und geschlachtet wurden. Auch das

Fleisch für Wurst-Produkte von TANN stammt aus Österreich. Jedes der sechs TANN-Fleischwerke in Österreich bezieht das Fleisch von Landwirten bzw. Schlachthöfen aus der direkten Umgebung. Das bedeutet möglichst kurze Transportwege vom Stall über den Schlachthof bis zum Verarbeitungsbetrieb und keine langen Tiertransporte.

Das gesamte Fleisch, das in den TANN-Fleischwerken verarbeitet wird, stammt aus Österreich und hält daher bereits strengere Richtlinien ein, als international üblich. Noch strengere Bedingungen für die Schweinehaltung geben „TANN schaut drauf“ nach dem AMA-Zusatzmodel „Mehr Tierwohl“ und der Bio-Standard vor.

SPAR Natur*pur Bio-Schweinefleisch

- Erhältlich in allen INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten oder auf Bestellung
- Permanenter Zugang ins Freie
- max. 14 Schweine je ha
- 100% mehr Platz als AMA-Gütesiegel
- Österr. Bio-Futtermittel und nur bei Engpässen Zukauf von europäischen Bio-Futtermittel erlaubt
- Ferkel-Kastration nur unter Vollnarkose seit 1.7.2018 – Abgeltung der Mehrkosten für Bauern pro Ferkel
- maximale Transportzeit von unter 3 Stunden zum Schlachthof
- Vertragslandwirtschaft mit Abnahmegarantie und fixierter Abgeltung der Mehrkosten für den Landwirt durch SPAR

TANN schaut drauf

- Erhältlich in allen INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten oder auf Bestellung
- Einhaltung des AMA-Moduls „mehr Tierwohl“
- 60% mehr Platz als AMA-Gütesiegel
- Eingestreute Liegefläche
- verpflichtendes Beschäftigungsmaterial
- Verbot von Vollspaltböden auf mind. 40 Prozent der Fläche
- Außenklima-Stall großteils vorhanden, aber nicht verpflichtend
- Fütterung mit vorrangig Futter vom eigenen Hof, zugefüttertes Soja vom eigenen Hof oder Donau-Soja (ab Jänner 2019 flächendeckend)
- Vertragslandwirtschaft mit langfristiger garantierter Abnahme
- zusätzliche fixe Abgeltung pro Schwein für Tierwohl-Maßnahmen und für Donau-Soja-Fütterung für Landwirte

- Doppelte Stehzeiten bis Schlachtung nach Medikamenten-Gabe
- Regionale Herkunft:
- Für TANN-Fleischwerk Marchtrenk: Gemästet und geschlachtet in Oberösterreich und niederösterr. Grenzregion – maximale Transportzeit von unter 3 Stunden
- Für TANN-Fleischwerk St. Pölten: Gemästet und geschlachtet in Niederösterreich – maximale Transportzeit von unter 3 Stunden

TANN Vulkanland-Schwein

- Erhältlich in allen steirischen INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten
- AMA-Gütesiegel
- Vertragslandwirtschaft mit Abnahme-garantie und fixierter Abgeltung der Mehrkosten
- Zusätzlich regionale Herkunft: Gemästet und geschlachtet im Vulkanland (Steiermark) – maximale Transportzeit von unter 3 Stunden, fixierter Umkreis von maximal 40 km zum Schlachthof
- Bienenweiden bei allen teilnehmenden Landwirten, derzeit 70.000 m² bei 50 Landwirten

TANN Alpschwein

- Erhältlich in allen Vorarlberger INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten für kurze Zeit nach dem Almabtrieb
- Kriterien lt. AMA-Zusatzmodul „Almhaltung“
- Vertragslandwirtschaft mit Abnahmegarantie und fixierter Abgeltung der Mehrkosten
- mind. zwei Monate Almhaltung
- permanenter Zugang zu Freigelände
- Verpflichtender Unterstand auf Almen

3.8.3. Mehr Tierwohl bei Rindern

Das gesamte Rindfleisch, das in den TANN-Fleischwerken verarbeitet wird, stammt aus Österreich und hält daher bereits strengere Richtlinien ein, als international üblich. Noch strengere Bedingungen für die Rinderhaltung geben „TANN schaut drauf“ nach dem AMA-Zusatzmodel „Mehr Tierwohl“ und der Bio-Standard vor.

SPAR Natur*pur Bio-Rindfleisch

- Erhältlich in allen INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten oder auf Bestellung
- Permanenter Zugang ins Freie
- mind. 6 m² pro Kuh im Stall und mind. 4,5 m² im Auslauf, für Mastrinder pro 100kg Tiergewicht mind. 1m² im Stall und mind. 0,75 m² im Auslauf
- Mindestens 50 Prozent der Fläche planbefestigt und eingestreut
- Österr. Bio-Futtermittel und nur bei Engpässen Zukauf von europäischen Bio-Futtermittel erlaubt
- Vertragslandwirtschaft mit Abnahmegarantie und fixierter Abgeltung der Mehrkosten für den Landwirt durch SPAR

TANN schaut drauf

- Erhältlich in allen INTERSPAR- und ausgewählten SPAR-Märkten oder auf Bestellung
- 40 Prozent mehr Platz als beim AMA-Gütesiegel im Stall oder als Auslauf
- Eingestreute, geschlossene und weiche Liegeflächen
- Haltung über die gesamte Mastzeit unter diesen Bedingungen
- Vertragslandwirtschaft mit langfristiger garantierter Abnahme
- Regionale Herkunft: Gemästet und geschlachtet in Niederösterreich – maximale Transportzeit von unter 3 Stunden

TANN Almochsen

- Erhältlich in SPAR- und INTERSPAR-Märkten in der Steiermark
- Geburt, Mast und Schlachtung in Österreich
- Besondere Haltungsbedingungen – mindestens zwei Saisonen auf der Alm

TANN Murbodner Rind

- Geburt, Mast und Schlachtung in Österreich
- Alte Rindersorte
- Besondere Haltungsbedingungen

3.8.4. Tierwohl für weitere Kleintiere in Österreich

SPAR bietet keine Gänse aus Stopfmast an bzw. Gänse die lebend gerupft wurden. Alle Gänse bei SPAR sind kontrolliert frei von Lebendrupf und Stopfmast. SPAR bietet zudem generell keine Kaninchen aus Zucht, da diese nicht artgerecht gehalten werden können.

3.9. Verantwortungsvollster Fischhändler Österreichs

GRI 304-2

Bereits seit 2011 verfolgt SPAR in Österreich ein Programm zur Umstellung des gesamten Fischsortiments auf kontrollierten und verantwortungsvollen Fang oder auf verantwortungsvolle Zucht. Gemeinsam mit dem WWF Österreich wurde 2011 eine Einkaufspolitik in Leben gerufen, die den Verkauf von bedrohten Arten sowie von Fischen aus unbekannter Herkunft verbietet. Seither wurde das SPAR-Fischsortiment sukzessive auf verantwortungsvollere Quellen umgestellt und jährlich vom WWF beurteilt.
Das sehr erfreuliche Ergebnis 2018 war, dass alle 120 Fisch-Produkte der SPAR-Eigenmarken verantwortungsvoll (gelb oder grün bewer-

tet) gefangen oder gezüchtet wurden. Von allen 502 angebotenen Fischen und Meeresfrüchten in Frische, Tiefkühlung, Kühlung, Dose oder verarbeiteter Form inklusive Markenartikeln sind 99 Prozent aus verantwortungsvollen Quellen. Dieses beste Ergebnis seit Einführung der SPAR-Fisch-Einkaufspolitik 2011 bedarf laufender Anpassung an natürlich veränderte Fischbestände und einer intensiven Zusammenarbeit zwischen Fischereien, WWF und SPAR-Einkauf. Laufend kontrollieren Meeresbiologen dabei Fisch-Bestände weltweit, beurteilen Fanggebiete und -methoden. Der WWF empfiehlt daraufhin Anpassungen im Sortiment für den verantwortungsvollen Fischhändler im österreichischen Lebensmittelhandel. Teilweise baut die Beurteilung auf den Standards des Marine Stewardship Council auf, zahlreiche Produkte von SPAR tragen daher auch das MSC-Siegel. Die Bewertung ist jedoch nicht allein von diesem einzig flächendeckend etablierten Mindeststandard abhängig, sondern umfasst zusätzliche Kontrollen der Fischereien, um auch bei den teilweise zu schwachen MSC-Kriterien sicherzugehen, dass die Fische für SPAR-Eigenmarken aus verantwortungsvollen Quellen stammen.

3.10. Humus-Anbau

GRI 304-2

Die Qualität von landwirtschaftlichen Nutzflächen wirkt sich direkt auf Ertrag und Qualität der Lebensmittel aus, die darauf angebaut werden. Kohlenstoff wird in Form von Humus gebunden und humusreiche Böden speichern mehr Wasser . SPAR und der WWF Österreich engagieren sich daher gemeinsam mit innovativen Landwirten für gesunde Böden. SPAR-Partnerbetriebe in Österreich setzen verstärkt auf den Aufbau von Humus, der die Bodenfruchtbarkeit verbessert und gleichzeitig zum Klimaschutz beiträgt. Die Böden werden dabei besonders schonend bearbeitet, Fruchtfolgen eingehalten und mit Kompost und Mist gedüngt. Wenn durch unabhängige Bodenanalysen eine Steigerung des Humusgehalts im Boden nachgewiesen werden kann, wird das Gemüse mit dem Humus- und dem WWF-Partnerlogo ausgezeichnet. 2018 umfasste dieses Projekt

1.048 Hektar Anbauflächen, was einen minimalen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Bis 2020 soll das Projekt auf 1.600 Hektar Anbaufläche ausgeweitet werden. An teilnehmende Landwirte hat SPAR im vergangenen Jahr 30.000 Euro an Prämien für den Aufbau von Humus ausbezahlt.

3.11. Erhalt der Biodiversität

GRI 304-2

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

die alte österreichische Apfelsorte „Kronprinz Rudolf“ unter der SPAR-Eigenmarke SPAR wie früher ergänzt. Das meistverkaufte Produkt unter den alten Sorten war der SPAR wie früher Bio-Knoblauch von Erich Stekovics, von dem über 60 Tonnen verkauft wurden.

SPAR Slowenien hat auch 2018 das Projekt SPAR wie früher (SPAR kot nekoč) fortgeführt und hat zehn neue einheimische und domestizierte slowenische Saatgutsorten, zwei einheimische Apfelbaumsorten und eine einheimische Pflaumensorte in den Regalen angeboten. Im erfolgreichen Projekt wurden im vergangenen Jahr 5.000 Setzlinge einheimischer Obstbäume gepflanzt, die in den nächsten Jahren Ernte bringen werden. Das Kloster Kartuzija Pleterje lieferte Äpfel aus ihrem alten Obstgarten. Aus dem Sorten-Archiv des Landwirtschaftlichen Instituts von Slowenien kultivierten slowenische Landwirte eine fast ausgestorbene traditionelle Salatsorte für SPAR, die unter dem Namen „Tolminka“ bei SPAR vermarketet wurde. Das Landwirtschaftliche Institut von Slowenien hat ausreichend Saatgut angebaut, das SPAR im Jahr 2019 auch für die eigene Aussaat anbieten wird. In der Vegetationsperiode wird auch der Tolminka-Salat wieder in den SPAR-Regalen zu finden sein.
Ebenfalls im Zusammenhang mit dem Erhalt alter Sorten ist das Engagement von SPAR für die Einstufung „Neuer Züchtungstechniken“ als Gentechnik zu sehen. Als Gründungsmitglied der ARGE Gentechnikfrei setzte sich SPAR 2018 durch die Unterstützung von offenen Briefen an die EU-Kommission und öffentliche Stellungnahmen dafür ein, dass bewusste und gezielte Veränderungen des Erbguts von Pflanzen unter die Gentechnik-Verordnung fallen und somit gekennzeichnet werden müssen. SPAR tritt damit für den häufig geäußerten Konsumentenwunsch ein, dass gentechnisch veränderte Pflanzen nicht ohne Wissen der Konsumenten am Teller landen dürfen.

3.12. Regionales Soja

Soja ist als Futtermittel aus der Schweinemast, aber auch aus der Eierproduktion und als Grundstoff für viele pflanzliche Nahrungsmittel nicht wegzudenken. Der wichtige Lieferant von hochwertigem Eiweiß wird bereits vielfach im Donau-Raum angebaut, große Mengen müssen jedoch aufgrund des großen Bedarfs importiert werden. Vor allem in Südamerika, wo gentechnisch-verändertes Soja in Monokulturen unter Einsatz von Glyphosat angebaut wird, werden ökologisch wertvolle Regenwald- oder Savannenflächen für den Sojaanbau genutzt. Insgesamt werden allein in Österreich jährlich rund 500.000 Tonnen Soja, großteils aus gentechnisch-veränderter Produktion.
Um in Zukunft unabhängiger von Soja-Importen zu werden, damit die Umweltauswirkungen in Südamerika zu reduzieren und Transporte zu minimieren, unterstützt SPAR die Forcierung europäischer Sojaproduktion. SPAR ist daher Mitinitiator des Vereins Donau Soja, der im Donauraum und in Europa die Selbstversorgung mit Eiweiß-Futtermitteln stärkt und Entwicklungsarbeit für die Sojaproduktion in Osteuropa leistet. Damit wird die Landwirtschaft gestärkt und kleinräumige Versorgungsstrukturen aufgebaut.
Das im Donauraum angebaute Soja verfüttern SPAR-Lieferanten und -Vertragslandwirte beispielsweise an Schweine im TANN schaut drauf-Programm sowie an Lege- und Masthühner. Für SPAR Veggie Tofu in verschiedenen Sorten sowie für SPAR Natur*pur- und SPAR Vital-Sojadrinks wird ausschließlich österreichisches Soja verarbeitet. 2018 hat SPAR zudem eine Studie in Auftrag gegeben, wie die Umstellung der österreichischen Schweinemast auf gentechnikfreies, möglichst regionales Soja finanziert werden könnte.

3.13. Verantwortungsvolle Outdoor-Bekleidung bei Hervis

Hervis setzt an drei Punkten der Sortimentsgestaltung an, um Textilien verantwortungsvoller zu machen. Erstens hat Hervis die Produzenten von Eigenmarken-Textilien zur Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards vertraglich verpflichtet (siehe S. 46). Zweitens wird Hervis bis 2025 auf Per- und polyfluorierten Chemikalien (PFC) in Eigenmarken-Textilien verzichten. Drittens nimmt Hervis zunehmend Bekleidung aus natürlichen Materialien ins Sortiment auf.
PFC werden vor allem auf Outdoor-Bekleidung aufgrund ihrer wasser-, fett- und schmutzabweisenden Eigenschaften eingesetzt. Sie stehen jedoch auch im Verdacht, krebserregend und fortpflanzungsschädigend zu sein. Daher hat sich Hervis zum Ziel gesetzt, PFC schrittweise bis 2025 aus der gesamten Eigenmarken-Bekleidung zu verbannen und die Forschung an neuen Materialien voranzutreiben, die die Eigenschaften von Funktionsbekleidung schaffen. Bereits jetzt sind 80 Prozent der Kinder-Skibekleidung der Wintersaison 2018/19 frei von PFC. Drei Outdoor-Jacken der Eigenmarke Kilimanjaro Eco-friendly der Sommersaison 2019 werden aus Recycling-Polyester hergestellt und kommen bei voller wasserabweisender Funktion ohne PFC aus.
Mit der Sommersaison 2019 bringt Hervis T-Shirts aus natürlichen Materialien in die

Märkte. Merinowolle, Kokos- und Bambusfasern ersetzen in zehn Modellen von Funktions-T-Shirts die sonst üblichen Kunstfasern zum überwiegenden Teil. Zusätzliche Modelle werden derzeit von der Modeschule Hallein für Hervis gestaltet. Für die Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2020 der Hervis Eigenmarke Kilimanjaro haben die Studenten des 2. Jahrgangs des Mododesign-Kollegs besondere nachhaltige Konzepte und Produktideen entwickelt. Als Material kommen heimische Rohstoffe wie Schafwolle, Bambusfaser oder Tencel zum Einsatz, für die Gestaltung der Kleidungsstücke griffen die Studierenden Umwelt-Motive auf. Aus den fünf Entwürfen im Finale wählt Hervis ein T-Shirt aus, das es 2020 bei Hervis zu kaufen geben wird.

3.14. Lieferkette und Einkaufsstandards

GRI 102-9

So unterschiedlich die drei Sparten der SPAR HOLDING AG sind, so unterschiedlich sind auch ihre Lieferketten. Während im Lebensmittelhandel regionale Produkte von möglichst nahe gelegenen Produzenten Vorrang haben, ist die internationale Lieferkette von Sport-Utensilien und -Textilien stark auf Hersteller in Fernost konzentriert. Die Lieferkette bei der Errichtung von Shopping-Centern und Märkten durch SES wiederum besteht aus großen und kleinen regionalen Bauunternehmen und Gewerken. So unterschiedlich diese Lieferketten sind, so divers sind auch die Anforderungen an einzuhaltende Sozial- und Umweltstandards, welche SPAR einfordert.

GRI 102-11

In den unterschiedlichen Ländern bezieht SPAR Produkte und Dienstleistungen von unzähligen Zulieferern. Allein im österreichischen SPAR-Lebensmittelhandel sind rund 140.000 unterschiedliche Artikel zu finden, von Produzenten aus der direkten Umgebung des jeweiligen Marktes bis zu internationalen Markenartikeln mit Zutaten vom anderen Ende der Welt. Im Sinne des Vorsorgeprinzips, das besonders bei Lebensmitteln streng beachtet werden muss, bringt SPAR nur Produkte ins Sortiment, die als sicher für ihren Gebrauch eingestuft wurden. Lebensmittel, aber auch beispielsweise Textilien und Haushaltsartikel bei INTERSPAR unterliegen strengen gesetzlichen Regelungen, die Gesundheit und Sicherheit der Endverbraucher sichern sollen und von der eigenen Qualitätssicherung laufend überprüft werden.

3.14.1. Qualitätsstandards für Produkte

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

GRI 416-1

Alle Lebensmittel müssen dem International Featured Standards (IFS) oder dem British Retail Consortium Standard (BRC) gerecht werden, alternativ werden auch ISO 22000 für Lebensmittelsicherheit oder FSSC 22000 für Lebensmittelsicherheit anerkannt. Alle Textilien bei SPAR und HERVIS müssen allen EU-Qualitätskriterien, wie der REACH-Verordnung entsprechen. SPAR Ungarn hat 2018 eine neue Spezifikation für die Warenbereiche Obst und Gemüse sowie Geflügel gemeinsam mit Qualitätsmanagement und Lieferanten vereinbart, die zur weiteren Qualitätssteigerung dient.

Als Ergänzung zu diesen eigenen Vorgaben greift SPAR auch auf international etablierte Programme zurück, die Rückverfolgbarkeit und (Basis-)Standards sicherstellen. Zu diesen gehören beispielsweise Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ, Ohne Gentechnik hergestellt, Bio, Marine Stewardship Council MSC, Aquacultural Stewardship Council ASC, Forest Stewardship Council FSC und viele weitere.

Bio-Produkte bei SPAR

SPAR ist einer der Bio-Pioniere in Österreich und trägt diesen Trend durch die Eigenmarke SPAR Natur*pur auch in die Nachbarländer. Zweistellige Zuwachsraten in den vergangenen Jahren belegen eine laufend steigende Nachfrage der Kundinnen und Kunden nach Produkten, die nach dem Bio-Standard erzeugt wurden. Bio steht dabei für naturverträglichere Anbaumethoden und den Verzicht auf allerlei chemische Hilfsmittel für Düngung und Pflanzenschutz. Ziel für SPAR in Österreich ist es, diesen Trend weiter zu fördern und die Produktauswahl im Bio-Sortiment weiter zu steigern. Daher soll das Bio-Angebot an Artikeln unter SPAR-Eigenmarken jährlich um fünf Prozent steigen, der Umsatz mit Bio-Artikeln um 10 Prozent. Beide Ziele konnten in den letzten Jahren übertroffen werden. Derzeit bietet SPAR in Österreich über 1200 Produkte in Bio-Qualität an, viele davon auch in den anderen Ländern.

FAIRTRADE-Pionier

SPAR unterstützt heimische Produzenten und Lieferanten, um deren wirtschaftliche und soziale Existenz zu sichern. FAIRTRADE verfolgt genau dieselbe Idee in Entwicklungsländern. Auf dieser gemeinsamen Einstellung beruht die Partnerschaft zwischen FAIRTRADE und SPAR seit 20 Jahren. SPAR hat sich als eines der ersten Unternehmen Österreichs bereits 1999 dazu entschlossen, FAIRTRADE-Produkte ins Sortiment aufzunehmen. Die Partnerschaft mit FAIRTRADE hat damals mit rund 40 Produkten gestartet. Viele Artikel hat SPAR damals als erstes Unternehmen überhaupt nach Österreich gebracht, darunter Bananen und Rosen. Heute finden Kundinnen und Kunden über 400 Artikel mit FAIRTRADE-Siegel im Sortiment, darunter sind rund 40 SPAR-Eigenmarkenprodukte. Die SPAR Natur*pur Bio-FAIRTRADE-Bananen sind mit Abstand das am meisten verkaufte Produkt im Sortiment. Hinter den Bananen liegen die FAIRTRADE-Rosen auf dem zweiten Platz, gefolgt vom SPAR Natur*pur Bio-Kaffee. Dieser wird in der SPAR-eigenen Kaffeerösterei REGIO in Marchtrenk (OÖ) hergestellt. Der gesamte SPAR Natur*pur sowie SPAR PREMIUM-Kaffee ist FAIRTRADE-zertifiziert. Die Entwicklung von Eigenmarken mit FAIRTRADE-Siegel wird SPAR auch in den kommenden Jahren weiter verfolgen.

3.14.2. Produktionsstandards für Produkte

GRI 308-1, GRI 414-1

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

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

In der Europäischen Union ist die Einhaltung dieser Standards mehr oder weniger selbstverständlich und wird staatlich kontrolliert. In diesen Ländern besteht daher ein geringes Risiko der Missachtung dieser Grundregeln. In Ländern außerhalb Europas bezieht sich SPAR auf die Risikoeinschätzung von Amfori BSCI und baut ein risikobasiertes Auditsystem auch für Sozial- und Umweltstandards auf. Lieferanten von SPAR verpflichten sich zukünftig vertraglich, in ihren Produktionsbetrieben einen international anerkannten Sozial-Standard, wie Amorfi BSCI CoC, GRASP, SA8000, ISO45001, OHSAS18001 einzuhalten sowie ein Umwelt-Audit durchzuführen, wie beispielsweise Bio, IFS Food, BRC, GMP, GLOBAL G.A.P., ISO50001, ISO14001, BlueSign, EU Ecolabel oder EMAS. Falls zum Zeitpunkt der Erstanlieferung noch keine unabhängige Zertifizierung vorliegt, muss sich der Lieferant zur Einhaltung dieser Umwelt- und Arbeitnehmer-Schutzmaßnahmen verpflichten und spätestens binnen eines Jahres eine Zertifizierung nachholen.

Die Einhaltung dieser Standards soll einerseits durch externe Auditoren der Zertifizierungsorganisationen sichergestellt werden, andererseits durch eigene Kontrollen von SPAR, die in

manchen Sortimenten bereits heute üblich sind. So führen beispielsweise drei eigene Auditoren des SPAR-Gemüseimporteurs regelmäßig bei SPAR-Lieferanten in Süditalien und Spanien unangekündigte Kontrollen mit Fokus auf Produktqualität und Arbeitsbedingungen durch, da landwirtschaftliche Betriebe in diesen Gegenden immer wieder in Kritik wegen des Verdachts von illegaler Beschäftigung oder schlechter Bezahlung von Ernte-Arbeitern stehen. SPAR-Einkäufer selbst besuchen regelmäßig die Bananen-Plantagen für die SPAR-Bio- und SPAR-Premiumbananen und vergewissern sich von der Einhaltung von Standards der Rainforest-Alliance und Fairtrade. Und eine INTERSPAR-Einkaufsverantwortliche kauft in einem Joint-Venture mit der Metro Buying Group von Hongkong aus direkt bei asiatischen Produktionsbetrieben Non-Food-Artikel ein und überzeugt sich dabei vor Ort von den Produktionsbedingungen.

SPAR Italien geht über diese bisher fixierten Einkaufsstandards noch hinaus und plant für 2019 die Einführung von Lieferanten-Fragebögen zu nachhaltigen Produktionsmethoden. Abgefragt werden beispielsweise die Quellen der eingesetzten Energie, Strategien zur Verpackungsreduktion oder die Emissionsstandards der Fahrzeuge, mit denen an SPAR geliefert wird. In weiterer Folge soll dieser Fragebogen auch in die Bewertung und Auswahl von Lieferanten einfließen.

3.14.3. Lieferketten speziell im Sportfachhandel

Der Sportfachhändler Hervis hat 2017 ein umfassendes Projekt zur Sicherung von Qualität und Produktionsstandards gestartet. Im ersten Schritt wurde die Einhaltung von klar definierten Arbeits- und Umweltstandards zusätzlich zu bestehenden Compliance-Verpflichtungen in den Liefer-Verträgen ergänzt. Bei allen Eigenmarken-Lieferanten im Textil-Bereich, die nicht bereits durch eine internationale Einkaufs-Partnerschaft von Hervis kontrolliert wurden, überprüfte Hervis 2017 welche Umwelt- und Sozial-Standards bereits eingehalten werden. Produktionsbetriebe, die bisher keine Zertifizierungen unter anderem nach dem Code of Conduct der Business Social Compliance Initiative vorweisen konnten, müssen dies bis spätestens 2023 nachholen. Diese mittelfristige Aufwertung der Lieferbetriebe soll dazu beitragen, langjährige Lieferanten zu Verbesserungen zu bewegen. Langfristig plant Hervis Kontrollen auf Ebene der Produktionsbetriebe.

3.14.4. Lieferketten bei der Errichtung von Shopping-Centern

Kerngeschäft von SES Spar European Shopping Centers ist die Errichtung, der Betrieb und das Management von Shopping-Centern in sechs europäischen Ländern. Sowohl beim Bau als auch im Betrieb sind zahlreiche Lieferanten eingebunden. SES vertraut auf langjährige und angesehene Partnerunternehmen für Bau und Ausstattung der Gebäude, die sämtliche gesetzliche Auflagen einzuhalten haben. Entsprechend sind bereits die Auftragsvergaben an beteiligte Unternehmen und mögliche Sub-Unternehmer ausformuliert. SES pflegt dabei eine Null-Toleranz-Politik, prüft die Einhaltung von Bestimmungen durch die eigene Bauaufsicht und durch behördliche Kontrollen.

3.15. Hohe Standards in SPAR-Produktionsbetrieben

SPAR ist nicht nur Händler, sondern teilweise auch Produzent hochwertiger Lebensmittel. In insgesamt acht TANN-Fleischwerken, der REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung sowie dem SPAR-eigenen Weingut Schloss Fels werden hochwertige Lebensmittel nach international anerkannten Standards produziert.

3.15.1. TANN-Fleischwerke

TANN ist einer der größten Fleischverarbeiter und damit einer der größten Partner der regionalen Landwirtschaft. In den TANN-Produktionsbetrieben in Österreich werden ausschließlich heimische Schweine und Rinder verarbeitet, kein Import-Fleisch kommt in die Wurst oder den Leberkäse. Das wird durch lückenlose Rückverfolgbarkeit sichergestellt. Alle acht Fleischwerke in Österreich, Ungarn und Italien arbeiten nach internationalen Hygiene- und Lebensmittelsicherheitsstandards.

In Österreich hat TANN gemeinsam mit regionalen Erzeuger-Gemeinschaften die Eigenmarke „TANN schaut drauf“ ins Leben gerufen,

für die deutlich höhere Standards bei Tierwohl eingehalten werden. Mehr Stallfläche, Beschäftigungsmaterial und ein Außenbereich mit Licht und Frischluft sind beispielsweise vorgeschrieben.

3.15.2. REGIO Kaffeerösterei und Teeabpackung

REGIO in Marchtrenk ist eine der wenigen großen Kaffeeröstereien in Österreich und beliefert die gesamte SPAR-Gruppe mit Kaffee unter den Eigenmarken REGIO, SPAR Natur*pur, S-BUDGET sowie SPAR PREMIUM. Rohkaffee kauft REGIO von vertrauenswürdigen Zwischenhändlern oder direkt bei Kaffee-Kooperativen ein, um Sozialstandards in der Lieferkette sichern zu können. Alle SPAR PREMIUM Kaffeesorten sind beispielsweise FAIRTRADE-zertifiziert. Der SPAR PREMIUM Flores del Café wird in Nicaragua ausschließlich von Frauen sorgfältig angebaut und das aus gutem Grund. Das Ziel ist, dass es nicht nur Einnahmequellen für Männer gibt, sondern im Sinne der Gleichberechtigung, eine Bezugsquelle für Frauen zu schaffen. Durch die zusätzliche FAIRTRADE-Prämie wird den Produzentinnen außerdem geholfen, Kredite zu erhalten und somit den Anbau des Kaffees zu ermöglichen.
Neben der Kaffeeröstung ist REGIO auch einer der größten österreichischen Tee-Abpacker. Jährlich 120 Mio. Teebeutel füllt REGIO unter den Marken S-BUDGET, SPAR, SPAR Vital und SPAR Natur*pur ab. Die Rohstoffe dafür kauft SPAR ausschließlich von Produzenten direkt oder über Teehändler ein, die sich dem Code of Conduct des deutschen Teeverbandes verpflichtet haben. Dieser Kodex garantiert, dass sich alle Aktivitäten der an der Lieferkette beteiligten Partner im sozialen und ökologischen Gleichgewicht befinden. Wie auch bei anderen Lebensmitteln achtet SPAR auf einen möglichst regionalen Einkauf von Rohstoffen, zahlreiche Kräuter für die Teemischungen stammen daher aus dem nahegelegenen Mühlviertel.

3.15.3. Weingut Schloss Fels

SPAR betreibt als einziger österreichischer Händler eine Weinkellerei mit eigenen Weingärten. Mit Weingartenflächen am Wagram, im Kremstal und im Kamptal umfasst das Weinbaugebiet des WEINGUT SCHLOSS FELS bereits über 100 Hektar, auf denen die bekanntesten österreichischen Weinsorten angebaut werden. Als erste Weinkellerei hat das WEINGUT SCHLOSS FELS 2014 die „Nachhaltig Austria“-Zertifizierung für Weinbaubetriebe erhalten. Basis für diese Zertifizierung ist die langfristig nachhaltige Wirtschaftsweise des „integrierten Weinbaues“, die in Fels am Wagram seit mehr als 30 Jahren betrieben wird. Zu den umgesetzten Maßnahmen zählen die Dauerbegrünung mit speziellen Pflanzenmischungen in jeder zweiten Weingartenzeile und die Verwertung aller Rohstoffe, beispielsweise zur Traubenkernöl-Erzeugung. Dank Raubmilben zur Bekämpfung von Schadinsekten und der Verwirrungstechnik gegen Traubenwickler kann das WEINGUT SCHLOSS FELS komplett auf Insektizide verzichten. Zudem wurde seit 2010 das Gewicht der Weinflaschen sukzessive um zehn Prozent von 368 g auf 313 g gesenkt. Pro Jahr spart das Weingut somit 760 Tonnen Glas ein.

3.15.4. INTERSPAR-Bäckerei

INTERSPAR betreibt in Österreich acht eigene Produktionsbäckereien, die alle INTERSPAR-Märkte und zahlreiche SPAR-Standorte in Österreich, Italien und Kroatien mit Brot, Gebäck und Feinbackwaren versorgen. 150 verschiedene Sorten Brot, Gebäck und Mehlspeisen stammen aus eigener Erzeugung und werden traditionsgemäß mit viel Handarbeit gebacken. Zusammen verarbeiten alle Bäckereien jährlich 4.000 Tonnen Mehl, das ausschließlich aus österreichischem Getreide erzeugt wird.

3.16. Faire Handelspraktiken

SPAR sieht sich seit jeher als Partner der Landwirtschaft für den Vertrieb der hochwertigen heimischen Lebensmittel. Daher ist die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Lieferanten-Organisationen, besonders mit kleinstrukturierten, regionalen Partnern von Wertschätzung und Fairness auf beiden Seiten geprägt. Da dieser Umgang nicht bei allen Händlern üblich ist und im harten Wettbewerb der Umgangston oder die wirtschaftlichen Zwänge

strenger werden, hat die EU unter österreichischer Ratspräsidentschaft eine Richtlinie zur Regelung unlauterer Handelspraktiken (Unfair trading Practices UTP) auf den Weg gebracht. SPAR hat die ursprüngliche Intention der UTP-Richtlinie begrüßt, bestimmte Handelspraktiken in der Lebensmittel-Versorgungskette zu verbieten, um dadurch die wirtschaftliche Position von klein- und mittelständischen landwirtschaftlichen Betrieben zu stärken. Das war bereits bisher gelebte Praxis bei SPAR. Die im Zuge der Verhandlungen eingebrachten Änderungsanträge 360 und 361 hat SPAR jedoch strikt abgelehnt. Laut den Änderungsanträgen wäre einerseits ein Zusammenschluss von Groß- und Einzelhändlern verboten worden, das gängige System von genossenschaftlichen Händlern wie SPAR oder auch Edeka in Deutschland wäre unmöglich geworden und tausende Arbeitsplätze gefährdet gewesen. Andererseits wäre es Händler untersagt worden, Standards über den gesetzlichen Mindeststandards von Lieferanten zu verlangen. Sämtliche Qualitätsprogramme, die in den vergangenen Jahrzehnten für steigende Qualität am Lebensmittelmarkt gesorgt haben, wie das AMA-Gütesiegel, die ARGE Gentechnikfrei oder eine Reduktion von Pestiziden bei Obst und Gemüse, wären damit verboten worden. Diese beiden Änderungsanträge wurden auf massiven Druck europäischer Händler und Umweltschutzorganisationen nicht umgesetzt.

In Österreich haben sich SPAR und andere Händler bereits im November 2018 zu einem Fairnesskatalog gegen unfaire Geschäftspraktiken, ausgearbeitet von der Bundeswettbewerbsbehörde und dem Ministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus, bekannt. SPAR begrüßt die Initiative, einen klaren Standard für die geschäftlichen Beziehungen zwischen Handel und Landwirtschaft flächendeckend und nachhaltig sicherzustellen. Die Partnerschaft mit den Bauern ist seit 65 Jahren ein Eckpfeiler des Handelns von SPAR, daher unterstützt SPAR den Fairnesskatalog gerne.

Transparentes, korrektes und faires Verhalten stellt die Wettbewerbsfähigkeit von SPAR nachhaltig sicher. Das korrekte Geschäftsverhalten in Übereinstimmung mit den kartellrechtlichen Bestimmungen und darüber hinaus der Selbstverpflichtung von SPAR auf Grundlage der strengen internen Kartellrechts-Compliance-Standards stellt einen fundamentalen Unternehmensgrundsatz von SPAR dar. Der Grundsatz des freien und unverfälschten Wettbewerbs als Maxime des Handelns von SPAR bildet daher auch die Basis jeglicher Geschäftsbeziehungen von SPAR zu den Geschäftspartnern.

Grundvoraussetzung für das ausdrückliche Commitment von SPAR zu Kartellrechts-Compliance ist ein klares Regelwerk, das alle Mitarbeiter im Einkauf in ihrem täglichen Arbeitsablauf unterstützt und sensibilisiert. Gerade Lieferantengespräche sind streng nach den jeweiligen rechtlichen Grundsätzen zu gestalten, um kartellrechtliche Risikosituationen zu vermeiden. Ein Teil der wesentlichen und regelmäßig weiterentwickelten Kartellrechts-Compliance-Maßnahmen ist daher ein umfassendes Schulungsprogramm. Alle Sortimentsmanager und betroffenen Mitarbeiter im Einkauf wurden von den jeweiligen Bereichsleitern über Aufforderung des Compliance-Managers nominiert und haben die entsprechende Schulung, einen Online-Test zu absolvieren und die Inhalte regelmäßig aufzufrischen, um ihr Verhalten eigenverantwortlich an den gesetzlichen Bestimmungen und den strengen internen Kartellrechts-Compliance-Standards auszurichten. Darüber hinaus hat SPAR den Lieferanten des Sortimentsmanagements die kartellrechtlichen Grundprinzipien als Grundlage der Geschäftsbeziehungen schriftlich zur Kenntnis gebracht.
Über den Einkauf hinaus unterliegt SPAR in der gesamten Geschäftstätigkeit vielfältigen gesetzlichen Regelungen zu Umwelt-, Arbeitsrecht sowie Produktsicherheit und -kennzeichnung. Die Einhaltung dieser Gesetzte obliegt den Fachabteilungen, die dabei von den Rechtsabteilungen in den Ländern unterstützt werden.

3.17. Schutz von Kundendaten

GRI 418-1

In den vergangenen Jahren sind immer wieder Fälle von Unternehmen bekannt geworden, denen Kundendaten gestohlen wurden. SPAR ist dieses Risiko bewusst und achtet daher besonders auf den Schutz von Kundendaten. Dies ist unter anderem einer der Gründe, weshalb SPAR in Österreich derzeit keine Kundenkarten ausgibt und damit keine personenbezogenen Daten im stationären Lebensmittelhandel sammelt. Für den Onlinehandel sowie für die Kunden-Loyalitätsprogramme von Hervis und SPAR in Ungarn und Slowenien sowie für den Versand von Newslettern werden Kundendaten durch SPAR verarbeitet und gespeichert, die Kunden freiwillig angegeben haben. Der Schutz dieser Daten und die sichere Löschung auf Kundenwunsch hin haben

hohe Priorität bei SPAR. Von der Erhebung der personenbezogenen Daten über deren Sicherung bis hin zu Lösch-Verfahren hat SPAR die erforderlichen Prozesse etabliert. Beschwerden durch Kunden oder Behörden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes der Kundendaten hat es bisher nicht gegeben.

4. Mitarbeitende bei SPAR

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

4.1. Neue Mitglieder der SPAR-Familie

GRI 102-8

SPAR war in den vergangenen 65 Jahren ein stetig expandierendes Unternehmen. Daher ist auch die Anzahl der Menschen, die für SPAR arbeiten, in den laufend angestiegen durch Übernahmen anderer Händler, wie zuletzt 2017 in Kroatien, oder durch Expansion aus eigener Kraft. Auch 2018 ist die SPAR-Familie gewachsen. Insgesamt waren im Laufe des Jahres 85.096 Menschen bei der SPAR-Holding angestellt. Am Stichtag 31.12.2018 waren um 961 Mitarbeitende mehr angestellt als im Vorjahr.

	2016	2017	2018
Österreich	34.086	34.978	35.471
Tschechien	286	275	258
Deutschland	85	110	101
Kroatien	3.102	4.625	4.646
Ungarn	13.554	13.913	14.006
Rumänien	257	321	414
Slowenien	4.822	4.900	4.993
Italien	7.568	7.832	8.026

Mitarbeitende der SPAR Holding AG (Anzahl / %)

		2018						2017						2016					
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt	
Regionen	Österreich	26.103	38,43%	9.368	13,79%	35.471	52,23%	25.868	38,64%	9.110	13,61%	34.978	52,24%	25.309	39,69%	8.777	13,77%	34.086	50,19%
	Tschechien	147	0,22%	111	0,16%	258	0,38%	162	0,24%	113	0,17%	275	0,41%	157	0,25%	129	0,20%	286	0,42%
	Deutschland	53	0,08%	48	0,07%	101	0,15%	51	0,08%	59	0,09%	110	0,16%	44	0,07%	41	0,06%	85	0,13%
	Kroatien	3.443	5,07%	1.203	1,77%	4.646	6,84%	3.457	5,16%	1.168	1,74%	4.625	6,91%	882	1,38%	2.220	3,48%	3.102	4,57%
	Ungarn	10.502	15,46%	3.504	5,16%	14.006	20,62%	10.527	15,72%	3.386	5,06%	13.913	20,78%	10.349	16,23%	3.205	5,03%	13.554	19,96%
	Rumänien	230	0,34%	184	0,27%	414	0,61%	177	0,26%	144	0,22%	321	0,48%	108	0,17%	149	0,23%	257	0,38%
	Slowenien	3.808	5,61%	1.185	1,74%	4.993	7,35%	3.758	5,61%	1.142	1,71%	4.900	7,32%	3.676	5,77%	1.146	1,80%	4.822	7,10%
	Italien	5.114	7,53%	2.912	4,29%	8.026	11,82%	5.001	7,47%	2.831	4,23%	7.832	11,70%	4.839	7,59%	2.729	4,28%	7.568	11,14%
	Gesamt	49.400	72,74%	18.515	27,26%	**67.915**		49.001	73,19%	17.953	26,81%	**66.954**		45.364	71,15%	18.396	28,85%	**63.760**	0,93882
Altersstufen	14 - 24	7.492	11%	4.182	6%	11.674	17%	7.776	12%	4.005	6%	11.781	18%	7.543	12%	3.809	6%	11.352	18%
	25 - 34	10.827	16%	4.595	7%	15.422	23%	10.853	16%	4.568	7%	15.421	23%	10.291	16%	4.659	7%	14.950	23%
	35 - 44	12.576	19%	4.271	6%	16.847	25%	12.755	19%	4.167	6%	16.922	25%	11.664	18%	4.524	7%	16.188	25%
	45 - 54	13.335	20%	3.597	5%	16.932	25%	13.029	19%	3.479	5%	16.508	25%	11.899	19%	3.757	6%	15.656	25%
	55 - 99	5.170	8%	1.870	3%	7.040	10%	4.588	7%	1.734	3%	6.322	9%	3.935	6%	1.608	3%	5.543	9%

GRI 401-1

Neue Mitarbeitende (Anzahl / %)

		2018						2017						2016			
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich	männlich	Gesamt	
Regionen	Österreich	7.080	27%	3.429	37%	10.509	30%	7.387	29%	3.539	39%	10.926	31%	-	-	-	
	Tschechien	66	45%	56	50%	122	47%	69	43%	59	52%	128	47%	-	-	-	
	Deutschland	25	47%	14	29%	39	39%	31	61%	58	98%	89	81%	-	-	-	
	Kroatien	1.239	36%	616	51%	1.855	40%	2.047	59%	780	67%	2.827	61%	-	-	-	
	Ungarn	2.185	21%	982	28%	3.167	23%	2.614	25%	1.083	32%	3.697	27%	-	-	-	
	Rumänien	227	99%	211	115%	438	106%	203	115%	182	126%	385	120%	-	-	-	
	Slowenien	564	15%	262	22%	826	17%	560	15%	269	24%	829	17%	-	-	-	
	Italien	638	54%	545	46%	1.183	15%	678	54%	572	46%	1.250	16%	-	-	-	
	Gesamt	12.024	66%	6.115	34%	**18.139**	27%	13.589	68%	6.542	32%	**20.131**	30%	-	-	-	
Altersstufen	14 - 24	4.700	63%	3.184	76%	7.884	68%	5.284	68%	3.348	84%	8.632	73%	3.979	53%	2.130	56%	6.109	54%
	25 - 34	2.894	27%	1.474	32%	4.368	28%	3.207	30%	1.654	36%	4.861	32%	2.564	25%	1.239	27%	3.803	25%
	35 - 44	1.904	15%	760	18%	2.664	16%	2.412	19%	842	20%	3.254	19%	1.815	16%	553	12%	2.368	15%
	45 - 54	1.408	11%	433	12%	1.841	11%	1.627	12%	381	11%	2.008	12%	1.234	10%	293	8%	1.527	10%
	55 - 99	1.118	22%	264	14%	1.382	20%	1.059	23%	317	18%	1.376	22%	828	21%	238	15%	1.066	19%

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

		2018			2017			2016		
		weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Regionen	Österreich	6.845 26%	3.171 34%	10.016 28%	6.828 26%	3.204 35%	10.032 29%	5.989 24%	2.412 27%	8.401 25%
	Tschechien	81 55%	58 52%	139 54%	77 48%	62 55%	139 51%	54 34%	48 37%	102 36%
	Deutschland	23 43%	25 52%	48 48%	23 45%	41 69%	64 58%	28 64%	34 83%	62 73%
	Kroatien	1.255 36%	582 48%	1.837 40%	910 26%	389 33%	1.299 28%	525 60%	247 11%	772 25%
	Ungarn	2.210 21%	864 25%	3.074 22%	2.436 23%	902 27%	3.338 24%	2.885 28%	983 31%	3.868 29%
	Rumänien	174 76%	171 93%	345 83%	171 97%	150 104%	321 100%	96 89%	126 85%	222 86%
	Slowenien	513 13%	220 19%	733 15%	478 13%	273 24%	751 15%	392 11%	219 19%	611 13%
	Italien	524 10%	465 16%	989 12%	515 10%	471 17%	986 13%	451 9%	384 14%	835 11%
	Gesamt	11.625 24%	5.556 30%	**17.181** 25%	11.438 23%	5.492 31%	**16.930** 25%	10.420 23%	4.453 24%	**14.873** 23%
Altersstufen	14 - 24	4.594 61%	2.766 66%	7.360 63%	4.634 60%	2.856 71%	7.490 64%	3.979 53%	2.130 56%	6.109 54%
	25 - 34	2.714 25%	1.454 32%	4.168 27%	2.741 25%	1.361 30%	4.102 27%	2.564 25%	1.239 27%	3.803 25%
	35 - 44	1.958 16%	683 16%	2.641 16%	1.963 15%	678 16%	2.641 16%	1.815 16%	553 12%	2.368 15%
	45 - 54	1.389 10%	359 10%	1.748 10%	1.234 9%	337 10%	1.571 10%	1.234 10%	293 8%	1.527 10%
	55 - 99	970 19%	294 16%	1.264 18%	866 19%	260 15%	1.126 18%	828 21%	238 15%	1.066 19%

Mitarbeitende nach Arbeitsverträgen

		2018						2017						2016		
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich	männlich	Gesamt
permanent	Österreich	26.103	74%	9.368	26%	35.471	100%	25.868	74%	9.110	26%	34.978	100%	-	-	-
	Tschechien	105	41%	80	31%	185	72%	110	40%	91	33%	201	73%	-	-	-
	Deutschland	53	52%	48	48%	101	100%	29	26%	23	21%	52	47%	-	-	-
	Kroatien	2.793	60%	904	19%	3.697	80%	2.574	56%	826	18%	3.400	74%	-	-	-
	Ungarn	9.935	71%	3.284	23%	13.219	94%	9.795	70%	3.158	23%	12.953	93%	-	-	-
	Rumänien	149	36%	111	27%	260	63%	112	35%	84	26%	196	61%	-	-	-
	Slowenien	3.376	68%	989	20%	4.365	87%	3.430	70%	1.027	21%	4.457	91%	-	-	-
	Italien	4.470	56%	2.454	31%	6.924	86%	4.181	53%	2.210	28%	6.391	82%	-	-	-
temporär	Österreich	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	-	-	-
	Tschechien	48	19%	25	10%	73	28%	52	19%	22	8%	74	27%	-	-	-
	Deutschland	0	0%	0	0%	0	0%	27	25%	31	28%	58	53%	-	-	-
	Kroatien	650	14%	299	6%	949	20%	883	19%	342	7%	1.225	26%	-	-	-
	Ungarn	568	4%	220	2%	788	6%	732	5%	228	2%	960	7%	-	-	-
	Rumänien	81	20%	73	18%	154	37%	65	20%	60	19%	125	39%	-	-	-
	Slowenien	432	9%	196	4%	628	13%	328	7%	115	2%	443	9%	-	-	-
	Italien	644	8%	458	6%	1.102	14%	820	10%	621	8%	1.441	18%	-	-	-

Mitarbeitende nach Beschäftigungsverhältnis

		2018						2017						2016		
Beschäftigungs-	Vollzeit	27.907	41%	15.853	23%	43.760	64%	27.479	41%	15.397	23%	42.876	64%	-	-	-
verhältnis	Teilzeit	21.494	32%	2.662	4%	24.156	36%	21.522	32%	2.556	4%	24.078	36%	-	-	-

Mitarbeitende nach Kategorie

		2018			2017			2016		
		weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Angestellte	Österreich	22.841 64%	5.560 16%	28.401 80%	22.513 64%	5.470 16%	27.983 80%	-	-	27.271 80%
	Tschechien	147 57%	111 43%	258 100%	162 59%	113 41%	275 100%	-	-	268 94%
	Deutschland	51 50%	35 35%	86 85%	48 44%	49 45%	97 88%	-	-	85 100%
	Kroatien	3.443 74%	1.203 26%	4.646 100%	3.457 75%	1.168 25%	4.625 100%	-	-	2.910 94%
	Ungarn	1.801 13%	643 5%	2.444 17%	1.784 13%	635 5%	2.419 17%	-	-	2.403 18%
	Rumänien	230 56%	184 44%	414 100%	177 55%	144 45%	321 100%	-	-	257 100%
	Slowenien	3.808 76%	1.185 24%	4.993 100%	3.758 77%	1.142 23%	4.900 100%	-	-	4.504 93%
	Italien	5.099 64%	2.838 35%	7.937 99%	4.993 64%	2.764 35%	7.757 99%	-	-	7.472 99%
Arbeiter	Österreich	2.184 6%	3.051 9%	5.235 15%	2.278 7%	2.961 8%	5.239 15%	-	-	5.087 15%
	Tschechien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Deutschland	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Kroatien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Ungarn	8.155 58%	2.655 19%	10.810 77%	8.071 58%	2.557 18%	10.628 76%	-	-	10.316 76%
	Rumänien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Slowenien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Italien	8 0%	63 1%	71 1%	8 0%	64 1%	72 1%	-	-	73 1%
Lehrlinge	Österreich	1.078 3%	757 2%	1.835 5%	1.077 3%	679 2%	1.756 5%	-	-	1.698 5%
	Tschechien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Deutschland	2 2%	13 13%	15 15%	3 3%	10 9%	13 12%	-	-	0 0%
	Kroatien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Ungarn	547 4%	206 1%	753 5%	672 5%	194 1%	866 6%	-	-	835 6%
	Rumänien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Slowenien	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%
	Italien	7 0%	11 0%	18 0%	0 0%	0 0%	0 0%	-	-	0 0%

Zusammensetzung der Führungskräfte

		2018			2017			2016		
		weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Führungs-kräfte	14 - 24	170 3%	78 1%	248 4%	188 3%	76 1%	264 4%	-	-	-
	25 - 34	625 10%	460 7%	1.085 18%	651 11%	458 8%	1.109 18%	-	-	-
	35 - 44	1.230 20%	664 11%	1.894 31%	1.237 20%	662 11%	1.899 31%	-	-	-
	45 - 54	1.496 24%	639 10%	2.135 35%	1.421 24%	619 10%	2.040 34%	-	-	-
	55 - 99	466 8%	315 5%	781 13%	418 7%	308 5%	726 12%	-	-	-
	Gesamt	3.987 65%	2.156 35%	6.143	3.915 65%	2.123 35%	6.038	3.968 64%	2.252 36%	6.220

4.2. Vielfalt unter den Mitarbeitenden

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

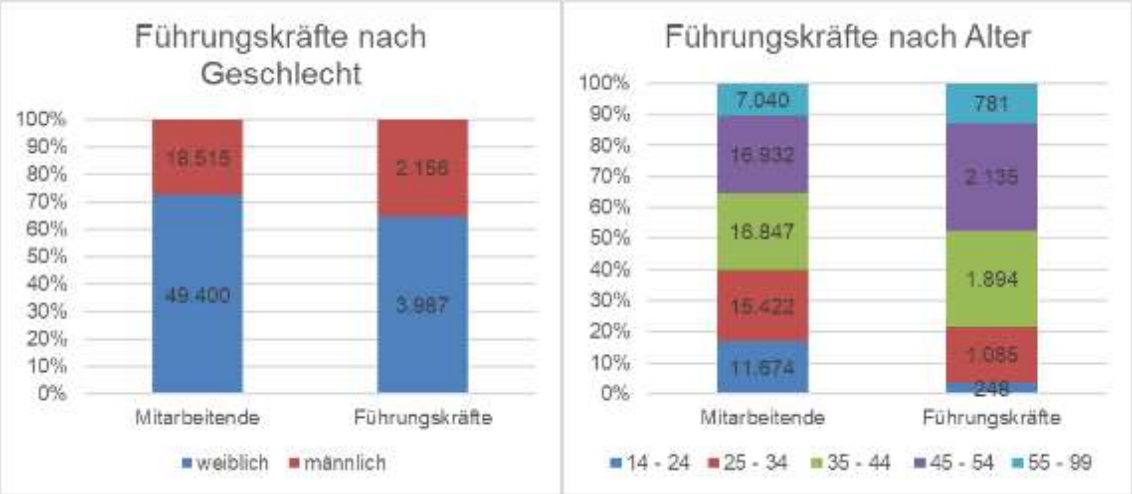


Diagramm 1: Zusammensetzung der Führungskräfte nach Geschlecht und Alter. Als Führungskräfte zählen Geschäftsführer und Bereichsleitende in den Zentralen und Shopping-Centern, Marktleitung und deren Stellvertretung in SPAR und Hervis-Märkten sowie Bereichsleitende in den INTERSPAR-Hypermärkten.

GRI 405-2

Bei Ausbildung, Bezahlung und beruflichem Aufstieg ist SPAR die Chancengleichheit unabhängig von Diversitätsmerkmalen wichtig. Einstiegsgehälter werden daher nicht nach

GRI 406-1

Geschlecht, sondern rein nach Qualifikation festgelegt. Für die Möglichkeiten der weiteren Entwicklung im Unternehmen zählen sowohl die beruflichen Qualifikationen als auch das persönliche Engagement der Mitarbeitenden. Daher werden von SPAR auch keine Diversitätsmerkmale wie Glaube, kultureller Hintergrund oder sexuelle Orientierung von Mitarbeitenden gespeichert. Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz werden bei SPAR nicht geduldet. Daher geht SPAR jedem Einzelfall im Detail nach. Im Jahr 2018 hat es in der SPAR-Gruppe zwei Beschwerden in Österreich aufgrund von möglicher Diskriminierung gegeben, eine davon ist bei der Gleichbehandlungskommission anhängig, im zweiten Fall kam es zu einem außergerichtlichen Vergleich.

4.3. Qualifikation der Mitarbeitenden

GRI 404-2

Die Zufriedenheit am Arbeitsplatz hängt unter anderem davon ab, wie gut Mitarbeitende für ihre Aufgaben qualifiziert sind. Zufriedene und gut ausgebildete Fachkräfte wiederum können Kundinnen und Kunden durch kompetente und freundliche Beratung begeistern. Daher legt SPAR größten Wert auf die bestmögliche Aus- und Weiterbildung. Im umfassenden Angebot an Fachschulungen, Seminaren und Lehrgängen findet jeder Mitarbeitende die passende

Ausbildung für die berufliche und persönliche Qualifikation.

Das Ausbildungsprogramm im SPAR-Lebensmittelhandel beginnt mit der Lehre oder einer ähnlichen Fachausbildung in Ländern ohne duales Bildungssystem, geht über verschiedene Fachschulungen bis zum Topverkäufer. Darauf baut die höchste Fachausbildung im SPAR-Konzern, der SPAR-Meister auf, der Pflicht für alle Marktleiterinnen und Marktleiter ist. Je nach Land und Sparte unterscheiden sich die Angebote selbstverständlich und sind an die jeweiligen Anforderungen der Positionen angepasst. Die Pflichtausbildungen für die jeweilige Stelle sind in der Soll-Ausbildung definiert, die einen konzernweiten Mindest-Ausbildungsstand sicherstellen soll. Ziel ist, dass stets 80 Prozent der Mitarbeitenden ihre Soll-Ausbildung absolviert haben, ein höherer Anteil ist aufgrund des im Handel üblichen laufenden Wechsels schwer erreichbar. Die nächste konzernweite Überprüfung der Soll-Ausbildung findet 2019 statt. Zusätzlich zur Soll-Ausbildung bietet SPAR in allen Ländern weitere Fachschulungen sowie Trainings zu Persönlichkeit und Führung an.

SPAR KPI

Abbildung 1: Ausbildungspyramide im Lebensmittelhandel Österreich von der Lehre bis zur Qualifikation für die selbstständige Marktleitung.

Entscheidend für die Motivation bei den Ausbildungsprogrammen und die erfolgreiche Absolvierung ist die individuelle Anpassung des Ausbildungsprogramms an die Anforderungen des Arbeitsplatzes und das Vorwissen der Mitarbeitenden. Im Rahmen des jährlich stattfindenden Mitarbeiter-Gesprächs gibt die jeweilige Führungskraft Rückmeldungen zu Leistungen und bisheriger Karriereentwicklung und plant die nächsten Schritte im individuellen Ausbildungsplan der Mitarbeitenden. Dieses Mitarbeiter-Gesprächs ist konzernweit mit allen Mitarbeitenden verpflichtend durchzuführen, die erfolgreiche Absolvierung wird von den Vorgesetzten stichprobenartig kontrolliert.

GRI 404-3

4.3.1. SPAR Education Power Program SEPP

Seit 2017 wird in der gesamten SPAR-Gruppe ein neues E-Learning-System eingeführt, das SPAR Education Power Program SEPP. Damit werden Schulungsinhalte digital, interaktiv

und leichter verständlich an alle Mitarbeitenden verteilt. Mitarbeitende können ihre Ausbildungseinheiten individuell am Computer oder Mobilgerät genau dann absolvieren, wann sie Zeit und Ruhe dafür finden. Die Plattform ist zudem mit der Soll-Ausbildung verknüpft und schlägt automatisch nächste Ausbildungsteile vor beziehungsweise warnt, wenn Teile noch fehlen. Die Organisation und Kontrolle der Pflicht-Ausbildung soll damit in Zukunft noch einfacher werden. Seit 2017 ist das System bei Hervis flächendeckend im Einsatz, 2018 wurde es auch im österreichischen Lebensmittelhandel eingeführt, weitere Länder folgen Schritt für Schritt.

4.3.2. Ausbildung von zukünftigen Fachkräften

Im klassischen Handel, der die Kernkompetenz von SPAR, Hervis und SES darstellt, sind Fachwissen, kompetente Beratung und unternehmerisches Denken elementar für den Geschäftserfolg. Dieses Können sollte jeder Mitarbeitende mitbringen, der eine Karriere im Handel anstrebt. SPAR baut dieses Fachwissen bei Mitarbeitenden von Grund auf und bildet daher in allen Ländern junge Menschen in Handelsberufen aus.

Je nach Bildungssystem in den unterschiedlichen Ländern, ist die Ausbildung junger Menschen auch bei SPAR unterschiedlich ausgestaltet. In Kroatien, Slowenien und Italien bietet SPAR Praxisplätze für die Berufsausbildung junger Menschen an.
In Ungarn sind Auszubildende nicht direkt bei SPAR angestellt, sondern sammeln als Schüler von Fachschulen Berufserfahrung bei SPAR. 998 Schülerinnen und Schüler von rund 155 Fachschulen für Handelsberufe absolvierten im vergangenen Jahr ihre Praktika in SPAR-Supermärkten und INTERSPAR-Märkten. SPAR sichert ihnen für ihre gesamte zweijährige Ausbildungszeit die Praktikumsstellen sowie weiteren 247 Jugendlichen die Möglichkeit für Berufspraktika in den Sommerferien. Weitere 13 Jugendliche absolvieren im REGNUM-Fleischwerk von SPAR-Ungarn ihre Berufsausbildung.

In Kroatien ermöglicht SPAR in Zusammenarbeit mit Berufsschulen den Schülern ein Praktikum in SPAR Filialen. Im Schuljahr 2017/2018 haben etwa 200 Schüler ihr Praktikum in SPAR- und INTERSPAR-Filialen absolviert. Vorreiter ist die SPAR Filiale in Valpovo, die bereits seit 2012 Praktikanten betreut.

In Österreich bildet SPAR im vergangenen Jahr 1 835 Lehrlinge in 21 unterschiedlichen Lehrberufen aus – von Einzelhandelskauffrau/-mann mit Schwerpunkt Feinkostfachverkauf über Bäcker/-in und Koch/Köchin bis zu IT-Techniker/-in. Wiener Lehrlinge der Berufe

im Lebensmittelhandel absolvieren ihre schulische Ausbildung in der SPAR-eigenen Berufsschule, der SPAR Akademie Wien. SPAR ist das einzige Handelsunternehmen Österreichs mit eigener Berufsschule mit Öffentlichkeitsrecht. In den Bundesländern werden Lehrlinge in eigenen SPAR-Klassen in den Berufsschulen unterrichtet. Lerninhalte in der SPAR-Ausbildung sind zusätzlich zum gesetzlich vorgegebenen Lehrplan unter anderem auch das Fach Kulturpflege mit dem Schwerpunkt auf interkulturellem und interreligiösem Lernen sowie die Module Bio- und FAIRTRADE-Botschafter mit Detailwissen zu nachhaltigeren Produkten. Gemeinsam mit dem WWF Österreich und mit Unterstützung des Ministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus hat SPAR das Programm Green Champions! entwickelt. Die eigene Nachhaltigkeitsausbildung für Lehrlinge im dritten Lehrjahr wurde 2018 zum zweiten Mal durchgeführt.
Seit Herbst 2018 bilden Hervis und INTERSPAR als einige der ersten Unternehmen Österreichs erstmals Jugendliche im neuen Lehrberuf „E-Commerce-Kaufmann/Kauffrau“ aus. Insgesamt vier Lehrlinge werden darin auf die speziellen Aufgaben des Onlinehandels mit Sportwaren, Küchen- und Haushaltsartikel sowie Lebensmittel vorbereitet. SES Spar European Shopping Centers bieten zusätzlich zum Lehrberuf Bürokauffrau/-mann auch den Lehrberuf Immobilienkauffrau/-mann an. SES nimmt zudem am Trainee-Programm des Konzerns zur Ausbildung von Nachwuchsführungskräften teil.

Neben der Lehrlingsausbildung fördert SPAR auch Umschulungen und Weiterbildungen für Fachberufe. In Kroatien sucht SPAR besonders Bäcker und Fleischer für Filialen und bietet Umschulungen an, die gänzlich von SPAR vorfinanziert werden. Auch organisatorisch kommt SPAR den Mitarbeitern im Umschulungsprozess entgegen und ermöglicht ihnen, ausschließlich in der Frühschicht zu arbeiten, um in den Nachmittagsstunden den Unterricht besuchen zu können. Im Jahr 2018 haben insgesamt 35 Mitarbeiter die Umschulung zum Fleischer/Bäcker erfolgreich abgeschlossen. Die umgeschulten Mitarbeiter arbeiten bereits in ihren neuen und besser bezahlten Berufen in den SPAR-Filialen.

4.3.3. Management-Nachwuchs

Nicht nur die Ausbildung für Mitarbeitende in Märkten und in Produktionsbetrieben, sondern auch den Management-Nachwuchs bildet SPAR zum Teil selbst aus. In Ungarn fördert SPAR als erstes Unternehmen das duale Bildungssystem an Universitäten und bietet derzeit 26 Studierenden parallel zum Studium Praktikumsplätze in der SPAR-Zentrale. Die Fakultät für Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit der Universität Szent István wird von SPAR zudem jährlich unterstützt. In Österreich fördert SPAR diverse Bildungseinrichtungen, wie beispielsweise den Studiengang Smart Building der Fachhochschule Salzburg. Im Juli 2019 wird SPAR zum sechsten Mal ein internationales Management-Traineeprogramm für Universitäts- und FH-Absolventinnen und -Absolventen starten. Während der 18-monatigen Ausbildungszeit durchlaufen die Trainees diverse Abteilungen in der SPAR-Hauptzentrale in Salzburg. Das Management-Traineeprogramm im mitteleuropäischen Handelskonzern ist jedoch auch international ausgerichtet. Neben einem Auslandsaufenthalt in einem der vier Länder, in denen die SPAR Österreich-Gruppe im Lebensmittelhandel tätig ist, steht eine internationale Benchmark-Reise auf dem Programm. Unterstützt werden die Nachwuchsführungskräfte durch Mentoren, die als fachliche Begleiter und Berater fungieren und bei der persönlichen und beruflichen Entwicklung unterstützen. Zudem begleiten Absolventen ehemaliger Traineeprogramme die neuen Trainees.

Aus- und Weiterbildung für Mitarbeitende

		2018						2017						2016					
		Präsenz-schulungen		Online-schulungen		Gesamt		Präsenz-schulungen		Online-schulungen		Gesamt		Präsenz-schulungen		Online-schulungen		Gesamt	
		TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA	TN	h pro MA
Schulungen	Österreich	28.251	10:23	n.v.*	n.v.*	28.251	10:36	29.647	10:56	189.641	3:02	219.288	13:59	29.974	11:52	196.720	2:34	226.694	14:26
	Tschechien	30	2:05	180	2:47	210	4:53	27	2:14	370	8:52	397	11:07	14	2:30	0	0:00	14	2:30
	Deutschland	41	8:42	82	4:57	123	13:39	10	3:12	105	9:14	115	12:26	0	0:00	606	3:10	606	3:10
	Kroatien	1.745	9:38	1.887	1:19	3.632	10:58	1.143	3:11	384	0:20	1.527	3:32	940	4:14	173	0:11	1.113	4:25
	Ungarn	11.084	9:33	7.812	1:59	18.896	11:32	11.692	9:10	4.437	1:42	16.129	10:52	10.509	9:00	2.255	0:49	12.764	9:50
	Rumänien	98	0:15	380	4:02	478	4:17	10	1:29	339	4:38	349	6:08	10	1:52	0	0:00	10	1:52
	Slowenien	6.718	6:06	2.443	0:48	9.161	6:54	7.539	5:56	1.429	0:38	8.968	6:35	6.945	6:19	2.330	0:36	9.275	6:55
	Italien	7.285	11:20	304	1:43	7.589	13:04	7.078	11:21	673	1:48	7.751	13:09	6.110	7:45	600	1:50	6.710	9:35
	Konzern	55.252	9:52	13.088	0:55	68.340	10:47	57.146	9:37	197.378	2:18	254.524	11:55	54.502	9:52	202.684	1:49	257.186	11:42

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

* Durch die Umstellung des eLearning-Systems in Österreich auf ein neues System sind keine belastbaren und vergleichbaren Zahlen verfügbar. Kennzahlen im neuen System werden erst aufgebaut.

4.4. Mitarbeitergesundheit

Nur körperlich und seelisch gesunde Mitarbeitende können mit vollem Einsatz ihrer Arbeit nachgehen. Daher sind für SPAR die Förderung einer aufrechten Gesundheit und eine schnelle Genesung im Krankheitsfall elementar für einen funktionierenden Geschäftsablauf und für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden und Kunden. SPAR engagiert sich in allen Ländern für die Gesundheit von Mitarbeitenden durch eine aktive Gesundheitskommunikatiion, durch die Förderung von Sportaktivitäten, die die allgemeine Fitness aufrechterhalten sollen, sowie durch vielerlei weitere Gesundheits- und Vorsorgeprogramme.

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

Neben der “Health Card”, dem Gesundheitspass, hat SPAR mit der zugehörigen App, dem “Health Coach” in Österreich ein innovatives Gesundheitsprogramm für Mitarbeitende und interessierte Kundinnen und Kunden ins Leben gerufen. Der virtuelle Gesundheits-Coach baut auf den vier Säulen Bewegung, bewusster Ernährung, Gesundheitsvorsorge und mentaler Fitness auf und begleitet zu einem gesunden Lebensstil. Auch über Newsletter und Mitarbeitermagazine und werden alle Mitarbeitenden mit Tipps für richtige Bewegung im Beruf und Privatleben, Ernährungsempfehlungen und anderen, für die Gesundheit nützlichen Informationen versorgt. SES bietet seinen Mitarbeitenden Teile aus dem Gesundheitsmanagement-Programm des Konzerns an.

Die tägliche Arbeit in den Märkten und Lagern kann durch schweres Tragen und Heben zu gesundheitlichen Risiken für Mitarbeitende führen. Daher informiert SPAR über diverse interne Medien über richtige Bewegungsabläufe. Zur Sicherstellung des Arbeitsschutzes gibt es in jeder SPAR-Organisationseinheit Sicherheits-Vertrauenspersonen, Sicherheitsfachkräfte und Arbeitsmediziner, die sich im jährlich tagenden Zentralen Arbeitsschutz-Ausschuss über die Entwicklung des allgemeinen Gesundheitsschutzes sowie über Unfälle und deren erfolgreiche Vermeidung gemeinsam mit Vertretern des Arbeitgebers austauschen. Darüber hinaus sind die SPAR-Hauptzentrale sowie die Zentralen und Filialen der SPAR-Zweigniederlassungen Wörgl, Marchtrenk, Dornbirn und St. Pölten sowie INTERSPAR

mit dem Gütesiegel für Betriebliche Gesundheitsförderung durch das Österreichische Netzwerk ausgezeichnet. Die verbleibenden beiden Regionen folgen 2019/2020. Damit kommt SPAR dem Ziel einen großen Schritt näher, in Österreich flächendeckend eine Gütesiegel-Zertifizierung für Gesundheit inklusive aller Vertriebsstandorte zu erhalten.

Zur Sicherung von Gesundheit am Arbeitsplatz verfügt SPAR Italien seit 2010 über eine Zertifizierung nach OHSAS 18001 für das Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement.

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

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

		2018						2017						2016					
		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt		weiblich		männlich		Gesamt	
Verletzungen	Österreich	873	2%	409	1%	1.282	4%	752	2%	353	1%	1.105	3%	757	2%	351	1%	1.108	3%
Verletzungsrate	Tschechien	1	0%	2	1%	3	1%	2	1%	2	1%	4	1%	1	0%	1	0%	2	1%
	Deutschland	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Kroatien	113	2%	47	1%	160	3%	83	2%	37	1%	120	3%	65	2%	38	1%	103	3%
	Ungarn	229	2%	145	1%	374	3%	217	2%	157	1%	374	3%	166	1%	226	2%	392	3%
	Rumänien	93	22%	38	9%	131	32%	73	23%	28	9%	101	31%	0	0%	0	0%	0	0%
	Slowenien	79	2%	44	1%	123	2%	87	2%	49	1%	136	3%	104	2%	47	1%	151	3%
	Italien	194	2%	146	2%	340	4%	231	3%	144	2%	375	5%	161	2%	97	1%	258	3%
Ausfalltage	Österreich	11.041	0,10%	4.647	0,04%	15.688	0,15%	9.500	0,09%	4.268	0,04%	13.768	0,13%	9.474	0,09%	4.335	0,04%	13.808	0,13%
durch	Tschechien	4	0,01%	49	0,06%	53	0,07%	59	0,07%	22	0,03%	81	0,10%	20	0,02%	44	0,05%	64	0,07%
Verletzung,	Deutschland	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Ausfallrate	Kroatien	4.219	0,30%	1.193	0,09%	5.412	0,39%	2.214	0,16%	878	0,06%	3.092	0,22%	2.280	0,24%	1.667	0,18%	3.947	0,42%
bezogen auf	Ungarn	4.597	0,11%	3.458	0,08%	8.055	0,19%	4.308	0,10%	3.584	0,09%	7.891	0,19%	5.445	0,13%	3.201	0,08%	8.646	0,21%
Arbeitstage	Rumänien	1.310	1,05%	344	0,28%	1.654	1,33%	1.270	1,32%	201	0,21%	1.471	1,53%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Slowenien	3.002	0,20%	1.178	0,08%	4.180	0,28%	2.558	0,17%	840	0,06%	3.398	0,23%	2.454	0,17%	1.587	0,11%	4.041	0,28%
	Italien	4.005	0,17%	2.709	0,11%	6.715	0,28%	5.118	0,22%	2.908	0,12%	8.026	0,34%	3.415	0,15%	1.971	0,09%	5.386	0,23%
	Konzern	28.179	0,14%	13.578	0,07%	41.757	0,20%	25.027	0,12%	12.700	0,06%	37.727	0,19%	23.088	0,12%	12.805	0,07%	35.892	0,19%
Todesfälle	Österreich	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Tschechien	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Deutschland	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Kroatien	0		0		0		0		0		0		1		0		1	
	Ungarn	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Rumänien	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Slowenien	0		0		0		0		0		0		0		0		0	
	Italien	0		0		0		0		0		0		0		0		0	

GRI 403-2a: Es gibt keine Unterscheidung nach Verletzungsarten. Als Verletzungen werden alle Verletzungen gezählt, die Ausfalltage zur Folge haben. Ausfalltage zählen ab dem ersten Kalendertag. Es gibt keine üblichen Berufskrankheiten. Es gibt keine Unterscheidung zwischen Voll- und Teilzeit-Mitarbeitenden in den Verletzungsaufzeichnungen. Die Verletzungsrate wird daher in Bezug auf die Gesamtanzahl der Mitarbeitenden bezogen. Die Gesamtarbeitszeit ist nicht erhebbar. Die Ausfallrate ist gleich Rate der Ausfalltage und wird in Bezug zu allen Öffnungstagen im Jahr gesetzt.
GRI 403-2b: Es gibt keine Aufzeichnungen zu Mitarbeitenden von Lieferanten, die an den Standorten von SPAR eingesetzt werden. Es handelt sich dabei aber nicht um signifikanten Größenordnungen.
GRI 403-2c: Arbeitszeitaufzeichnungen durch SAP-HR

4.5. Zusatzleistungen für Mitarbeitende

GRI 401-2

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

4.5.1. Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Der Großteil der SPAR-Mitarbeitenden sind Frauen, die in vielen Fällen zusätzlich die Obsorge und Verantwortung für Kinder oder pflegebedürftige Angehörige tragen. SPAR bietet verschiedene Modelle, um die Anforderungen von Beruf und Familie vereinbaren zu können. Rund die Hälfte der Mitarbeitenden bei SPAR sind in Teilzeit angestellt, verschiedene Arbeitszeitmodelle nehmen auf die Bedürfnisse von Kinderbetreuung und Co. Rücksicht. Auch bei der Personaleinsatzplanung sind Vorgesetzte angehalten, soweit wie bei ungestörtem Betrieb möglich, auf die Bedürfnisse von Müttern und Vätern sowie pflegenden Angehörigen einzugehen.
In Österreich und Slowenien ist dieses Engagement für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie auch mit Zertifikaten bestätigt: Die SPAR-Haupt- und INTERSPAR-Zentrale sowie die Zweigniederlassungen Wörgl, St. Pölten, Graz, Marchtrenk und Maria Saal haben von dem für Familien zuständigen Bundesministerium das Zertifikat Audit „berufundfamilie“ erhalten. Die Umsetzung familienrelevanter Projekte, die den oftmals schwierigen Spagat zwischen den familiären und beruflichen Verpflichtungen erleichtern sollen, steht dabei im Mittelpunkt. Dazu zählen unter anderem ein aktives Karenzmanagement, um den Wiedereinstieg nach der Karenz zu erleichtern, eine flexible Arbeitszeitgestaltung mit möglicher geringfügiger Beschäftigung während der Karenz, Elternteilzeit bis zum 7. Geburtstag des Kindes, flexible Vereinbarung von Teilzeitarbeit und die Gleitzeit-Regelung für Büromitarbeitende sowie die Unterstützung von Mitarbeitenden, die pflegebedürftige Angehörige betreuen.
SPAR Slowenien wurde 2017 vom slowenischen Arbeits-, Familien- und Sozialministerium mit dem Zertifikat „Familienfreundliches Unternehmen“ ausgezeichnet.
Weitere Auditierungsprozesse von SPAR-Zentralen und Tochtergesellschaften sind bereits in Planung bzw. wurden bereits gestartet.

4.5.2. Ehrungen für langjährige Mitarbeitende

GRI 201-3

Langjährige Mitarbeitende sind durch ihr Praxiswissen und ihre Erfahrung besonders wichtig für das Unternehmen. Daher ehrt SPAR langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei regelmäßigen Festen und belohnt ihre Treue mit Zusatzleistungen. Je nach Dienstjubiläum und Region erhalten Mitarbeiter Prämien, Vergünstigungen oder zusätzliche Urlaubstage vom Unternehmen sowie Anerkennungen des Betriebsrats. Ab dem zehnten Jahr der Betriebszugehörigkeit zahlt SPAR in Österreich außerdem einen freiwilligen Betrag in eine private Pensionsversicherung ein (Details siehe Betriebsvereinbarung).

4.5.3. Einkaufsvorteile und Essenszuschüsse

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

In Österreich bietet SPAR allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SPAR-AG, also auch INTERSPAR, Maximarkt, Hervis und SES, ein Bonusprogramm für Einkäufe im eigenen Unternehmen an. Je nach Umsatzhöhe des gesamten Jahreseinkaufs in Lebensmittel-Märkten erhalten Mitarbeitende am Jahresende bis zu fünf Prozent ihrer Einkaufssumme in Form des Mitarbeiter-Treuebonus retour. SPAR schüttete 2018 rund fünf Millionen Euro Treueprämie aus.

4.6. Mitarbeiterbefragung

SPAR KPI

In regelmäßigen Abständen fragt SPAR die Zufriedenheit von Mitarbeitenden mit ihrem Arbeitsplatz, ihrer Führungskraft und mit SPAR als Arbeitgeber ab. Bisher haben diese Mitarbeiterbefragungen im gesamten Konzern alle zwei Jahre stattgefunden, seit 2016 finden sie alle drei Jahre statt. Die nächste Befragung wird somit 2019 durchgeführt. Aussagekräftig für SPAR sind dabei nicht nur die konkrete Bewertung von Führungskraft und Arbeitsplatz, sondern auch die Teilnahmerate. Denn nur Mitarbeitende, die daran glauben, mit ihrer Teilnahme positive Veränderungen zu bewirken, fühlen sich dem Unternehmen verbunden. SPAR möchte daher die Beteiligung an der Mitarbeiterbefragung über 80 Prozent halten. Die letzte Mitarbeiterbefragung fand 2016 statt. Mit über 32.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus vier Ländern und einem Rücklauf von 78 Prozent wurde zwar die erwünschte Beteiligung knapp verfehlt, die Umfrage war jedoch trotzdem die größte in der SPAR-Geschichte. Im Verkauf waren 79 Prozent, in Produktion und Logistik 73 Prozent und in Zentralen und unter Marktleitern 84 Prozent zufrieden mit ihrem Arbeitsplatz.

5. Energie und Umwelt

Die größte Auswirkung auf Umwelt und Klima haben die von SPAR vertriebenen Produkte. Diese Auswirkungen versucht SPAR durch höhere Standards als gesetzlich vorgeschrieben (siehe Kapitel 2.14), durch regionalen Bezug (siehe Kapitel 2.1) und durch Vorzeige-Initiativen wie Tierwohl-Standards oder Forcierung von regionalen Futtermitteln zu minimieren. Innerhalb der Unternehmensgrenzen hat SPAR noch bessere Einfluss-Möglichkeiten, die Umweltauswirkungen möglichst gering zu halten. Die größten Aufwendungen der Geschäftstätigkeit verursachen die Errichtung und der Betrieb von Verkaufsstandorten. Daher setzt SPAR vorrangig bei diesen an und achtet auf sorgsamen Umgang mit Ressourcen während des Baus und Effizienz beim Betrieb.

5.1. SPAR-Energiepolitik

Ein sparsamer Umgang mit Energie ist aus Klimasicht und aus wirtschaftlichen Interessen unumgänglich, zumal in den kommenden Jahren mit massiv steigenden Energiepreisen zu rechnen ist. SPAR hat sich daher in der österreichischen Energiepolitik eine Reduktion des Energieverbrauchs pro Quadratmeter Verkaufsfläche um 50 Prozent bis zum Jahr 2050 im Vergleich zu 2009 (Ausgangswert 607 kWh/m²) zum Ziel gesetzt. Zudem sollen die Treibhausgas-Emissionen im selben Zeitraum um 90 Prozent gesenkt (Ausgangswert 130 kg CO_{2equ}/m²) und die Umstellung auf nahezu ausschließlich erneuerbare Energiequellen erreicht werden.

Im Lebensmittelhandel SPAR Österreich und Slowenien sowie bei Hervis sind Zielsetzungen zur Energieeffizienz in das Energiemanagement nach ISO50001 eingebettet. Ziele des Managementsystems sind die Transparenz aller Energieströme im Unternehmen, die systematische Verbesserung des Energieeinsatzes, des Energieverbrauchs und der Energieeffizienz und damit die Reduzierung der CO_2-Emissionen. In der italienischen Lebensmittelhandelssparte rollt SPAR seit mehreren Jahren die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO14001 auf immer mehr Standorte aus, Ziel ist die flächendeckende Anwendung des Standards in allen Märkten und Zentralen, seit 2018 sind alle INTERSPAR-Hypermärkte nach ISO14001 zertifiziert.

5.2. Energie-Effizienz

Der Einsatz moderner Technologien am Stand der Technik in allen Neu- und Umbauten ist bei SPAR seit Jahren gelebter Standard. In Österreich sind der Einsatz energieeffizienter Geräte in der Energiepolitik festgehalten und findet sich auch in den Vorgaben des SPAR-Bauhandbuchs, auf deren Basis alle neuen Märkte errichtet werden. Dieses Bauhandbuch ist als erstes Handbuch von der österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft ÖGNI zertifiziert worden. Jeder nach diesem Handbuch errichtete Markt entspricht damit den Anforderungen des ÖGNI-Zertifikats in Gold und erfüllt hohe Ansprüche bei Energieeffizienz, Ressourceneinsatz und -recycling sowie Aufenthaltsqualität.

Beim Einsatz finanzieller Ressourcen für Neuerungen und Energieoptimierung setzt SPAR bei den größten Verbrauchern an. In einem durchschnittlichen neuen SPAR-Supermarkt sind dies in absteigender Reihenfolge Kälteanlagen (38 Prozent), Beleuchtung (21 Prozent), Raumklima (15 Prozent), IT und Geräte (zehn Prozent), Backstationen und Warmwasseraufbereitung (jeweils fünf Prozent) sowie sonstige Kleinverbraucher. Energieeffiziente Geräte werden bei SPAR möglichst überall eingesetzt, der Fokus liegt aber auf Kälteanlagen, Beleuchtung und der Temperaturregulierung der Märkte.

5.2.1. Moderne Kälteanlagen

Veraltete Kälteanlagen sind in Supermärkten die größten Stromverbraucher und werden mit Kühlmitteln betrieben, die hohes Treibhauspotenzial (Global Warming Potential GWP) haben, also bei Freisetzung die Ozonschicht gefährden. Moderne Kühlanlagen für Plus- und Minus-Kühlung helfen dem Klima doppelt. Erstens ist der Energieverbrauch dieser neuen Anlagen geringer und zweitens haben die eingesetzten Kältemittel eine geringere Auswirkung auf das Klima, falls diese durch technische Gebrechen entweichen. Mit der Überarbeitung der F-Gasverordnung der EU im Jahr 2014 sollen die Emissionen von F-Gasen in der EU vom Stand des Jahres 2005 um 60 Prozent auf 35 Millionen Tonnen CO_2-Äquivalent bis zum Jahr 2030 verringert werden. Dies soll vorrangig durch Verbote von Kühlmitteln mit hohem GWP erreicht werden. Bereits vor diesem richtungsweisenden Entscheid hat SPAR in Österreich moderne, zentrale Wärme-/Kälteanlagen genutzt und stellt alle Neubauten auf das Kältemittel CO_2 um. Zum Einsatz kommen CO_2-Kaskadenkühlungen, die von einer zentralen Kälteanlage aus alle fix verbauten Kühl- und Tiefkühlvitrinen mit Kälte versorgen. Im Jahr 2018 wurden in den TANN-Produktionsbetrieben in Graz, Wörgl die Kälteanlagen auf CO_2 umgestellt, in Föderlach und St. Pölten erfolgt diese Umstellung 2019/20. Allein die letzteren beiden Anlagen werden rund 17 Tonnen CO_2-Einsparung bringen. Insgesamt investiert SPAR hier rund 15 Mio. Euro in Kälteanlagen ohne CO_2-Emissionen. Bei der Neu-Installation von Kälteanlagen wird das alte Kältemittel abgesaugt, aufbereitet und bei Bedarf in bestehenden Alt-Anlagen bis zu deren Erneuerung weiter genutzt.

5.2.2. LED-Beleuchtung

Zum Standard in allen Ländern gehört die Ausstattung von Märkten und Zentralen mit energiesparender LED-Beleuchtung. Die Dioden wurden teilweise von Lampenherstellern und SPAR gemeinsam speziell für den Einsatz in Supermärkten entwickelt und erfüllen höchste Anforderungen zu Leuchtstärke, Lichtfarbe und Energieeffizienz. Heute werden alle Märkte von SPAR und Hervis sowie SES-Shopping-Center mit optimalem Tageslicht-Anteil und zusätzlich energiesparender LED-Beleuchtung ausgestaltet. Seit 2011 wird LED in Österreich in allen neuen und renovierten Filialen verbaut, seit 2016 auch in den übrigen Ländern. Dabei arbeitet SPAR mit unterschiedlichen Ausstattungspartnern, wie dem österreichischen Beleuchtungsspezialisten Zumtobel zusammen. Durch die gemeinsame Entwicklungsarbeit und die Praxistests von SPAR und Zumtobel konnte der Energieverbrauch der in SPAR-Märkten verbauten Zumtobel Tecton-Serie um 66 Prozent gesenkt

werden. Wie hoch Energieeinsparungen durch die Umstellung auf LED in der Praxis sein können, zeigen zwei Beispiele aus kürzlich umgebauten INTERSPAR-Märkten: Die Leuchtstoffröhren des INTERSPAR-Hypermarkt Gyor (Ungarn) verbrauchten vor dem Umbau über 400.000 kWh Strom jährlich, nach der Umstellung auf LED nur noch 90.000 kWh, was einer Reduktion sogar um 78 Prozent entspricht.

5.2.3. Umstellung von Heizanlagen

SPAR arbeitet seit vielen Jahren daran, auf Heizöl als Energiequelle zu verzichten und stellt zunehmend Heizanlagen auf Gas oder in Neubauten auf die Abwärme der Kälteanlagen mit Betonkernaktivierung um. Mit der Umstellung begann SPAR bei Heizanlagen, die mit Heizöl leicht betrieben wurden, heute wird kein SPAR-Standort in Österreich, Italien und Slowenien mehr mit diesem Energieträger geheizt. Die Umstellung in den anderen Ländern und der Anlagen mit Heizöl Extraleicht wird weiter vorangetrieben. Durch die Nutzung der Abwärme sinkt der Verbrauch von fossilen Rohstoffen. Strom bezieht SPAR in Österreich ausschließlich und in Italien zum überwiegenden Teil aus erneuerbaren Quellen, dadurch sinkt mit der Umstellung die Treibhausgas-Emission deutlich.

Ferner hat SPAR in Karlovac und Velika Gorica (Kroatien) im Jahr 2018 zwei Märkte umgebaut und mit modernen Kälte-Wärmeanlagen ausgestattet, die 100 Prozent der nötigen Beheizung aus der Abwärme der Kühlanlagen gewinnen, ebenso wird der Warmwasserbedarf aus der Abwärme der Kühlanlagen gedeckt. Eingebaut wurde eine neue Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung, die eine Rückgewinnung von Energie aus der Abluft in Höhe von 90% ermöglicht.

5.3. Konstanter Stromverbrauch bei steigendem Komfort

Einerseits werden die von SPAR eingesetzten Technologien immer effizienter und benötigen bei gleicher Leistung weniger Energie. Andererseits steigen die Ausstattungsstandards in Supermärkten und damit der Stromverbrauch durch folgende Faktoren:

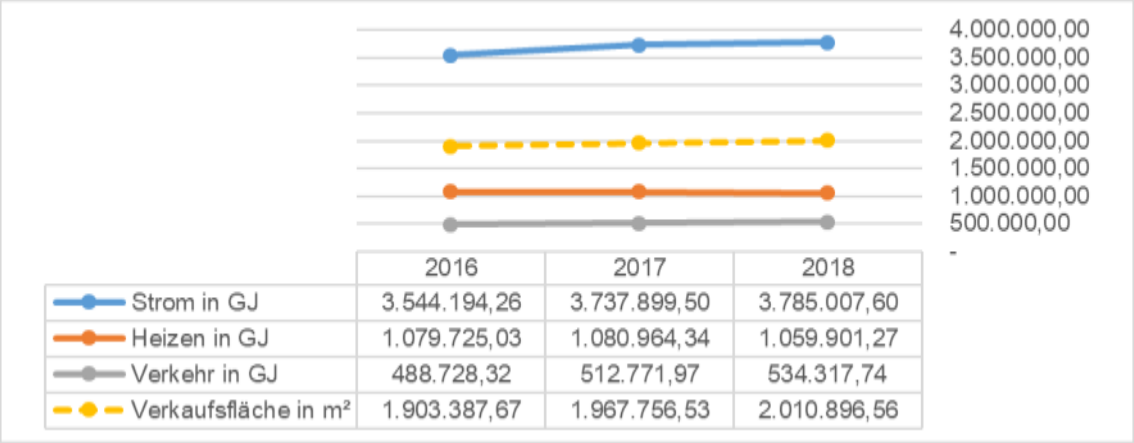
- Mehr Convenience-Lebensmittel für den sofortigen Verzehr, wie vorgeschnittenes Obst und Gemüse, gekühlte Getränke brauchen zusätzliche Kühlflächen. Auch verlängerte Haltbarkeit und weniger Verderb bei Obst und Gemüse wird durch Kühlung erreicht. Auch wenn die einzelnen Kühlgeräte durch Effizienzsteigerungen weniger Energie verbrauchen, steigt insgesamt der Energiebedarf für Kühlung durch deren vermehrten Einsatz.
- Im Fall von INTERSPAR-Märkten, die große Dachflächen aufweisen, verursacht die zunehmend nötige Klimatisierung an warmen Sommertagen verstärkten Stromverbrauch. Während Märkte früher lediglich mit Lüftungen ausgestattet wurden, werden in neuen INTERSPAR-Märkten Klimaanlagen verbaut, um auch an Hitzetagen Produkte wie Schokolade im Markt vor dem Schmelzen zu bewahren.

In kleineren Märkten ist dies durch ein höheres Verhältnis der Kühlmöbel an der Gesamtverkaufsfläche nicht notwendig.

- Ein zunehmender Wettbewerb in den gesättigten Märkten macht die laufende Arbeit an der Attraktivität von Supermärkten nötig. Erreicht wird diese durch mehr Beleuchtung, Klimatisierung und trendige, gekühlte Sortimente, die insgesamt den Stromverbrauch erhöhen.
- SPAR stellt zunehmend Märkte von der Beheizung mit fossilen Energieträgern auf Abwärme aus den Kälteanlagen um. Damit geht der Energieverbrauch an fossilen Energieträgern und die Treibhausgas-Emissionen zurück.

Durch diese Faktoren nimmt elektrische Energie einen steigenden Anteil am gesamten Energieverbrauch ein und der Stromverbrauch bleibt konstant in Relation zur Verkaufsfläche. Gleichzeitig steigen aber Einkaufsqualität und -komfort sowie die Haltbarkeit von Lebensmitteln, wofür SPAR eine weniger große Reduktion als geplant in Kauf nimmt.

GRI 302-1



	2016	2017	2018
Strom in GJ	3.544.194,26	3.737.899,50	3.785.007,60
Heizen in GJ	1.079.725,03	1.080.964,34	1.059.901,27
Verkehr in GJ	488.728,32	512.771,97	534.317,74
Verkaufsfläche in m²	1.903.387,67	1.967.756,53	2.010.896,56

Diagramm 2: Energieverbrauch der SPAR Holding gesamt in GJ

GRI 302-3

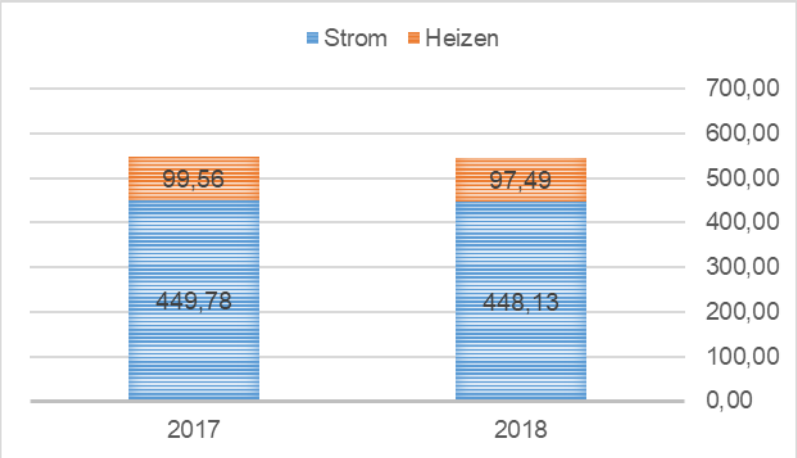


Diagramm 3: Energieintensität (Energieverbrauch der Filialen inkl. Strom, Heizen je m2 Verkaufsfläche)

Tabelle 1: Energieverbrauch der SPAR Holding in GJ

		2018				2017				2016			
		Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt	Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt	Verkehr/ Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt
Regionen	Österreich	336.777	1.628.286	561.940	2.527.004	321.419	1.667.227	574.416	2.563.062	316.421	1.687.919	561.231	2.565.570
	Tschechien	0	25.276	10.016	35.292	93	25.615	10.802	36.510	0	7.890	0	7.890
	Deutschland	0	2.821	0	2.821	0	1.963	0	1.963	0	1.968	0	1.968
	Kroatien	6.724	320.033	45.360	372.117	7.538	280.150	34.177	321.865	3.723	202.526	30.299	236.548
	Ungarn	165.627	854.347	256.366	1.276.340	160.186	843.693	260.770	1.264.649	156.720	768.268	302.570	1.227.558
	Rumänien	0	9.270	0	9.270	0	5.798	0	5.798	0	6.063	0	6.063
	Slowenien	5.080	329.155	64.355	398.590	5.047	325.709	74.473	405.230	0	302.201	69.603	371.804
	Italien	20.108	615.819	121.864	757.792	18.488	587.745	126.326	732.559	11.865	567.360	116.023	695.248
	Gesamt	**534.318**	**3.785.008**	**1.059.901**	**5.379.227**	**512.772**	**3.737.899**	**1.080.964**	**5.331.636**	**488.728**	**3.544.194**	**1.079.725**	**5.112.648**

302-1b: Derzeit betriebt SPAR sechs Elektro-Autos, einen Test-E-Lkw in Graz und einen Test-E-Kleintransporter in Wiener Neustadt mit Strom aus erneuerbaren Quellen. Dieser Verbrauch ist im Stromverbrauch enthalten. Bei angegebenen Treibstoff-Mengen unter 302-1a handelt es sich um übliche Blends aus fossilen und Bio-Kraftstoffen.

302-1c: Der von 90 Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Dächern erzeugte Strom wird direkt vor Ort verbraucht und ist in den Stromverbräuchen enthalten. Kühlenergie und Dampf werden an Standorten selbst erzeugt, dafür nötige Energie ist in Strom bzw. Heizen enthalten.

302-1d: kein Verkauf

302-1f: Energiewerte laut Abrechnungen und Zählerständen zum 31.12. Nicht inkludiert sind Hervis-Filialen, die Energiekosten pauschal über Betriebskosten abrechnen und daher keine Erhebung ermöglichen. Für SPAR-Filialen, deren Energiedaten keine Werte berechnet werden können oder zur Drucklegung keine Daten vorhanden waren, wurde der Energieverbrauch anhand vergleichbarer Standorte hochgerechnet.

302-1-g: Umrechnungsfaktoren laut regionalen Energieversorgern, DEFRA und Umweltbundesamt.

Tabelle 2: Energieintensität (Energieverbrauch der Filialen inkl. Strom, Heizen je m2 Verkaufsfläche)

		2018			2017			2016			
		Strom	**Heizen**	**Gesamt**	**Strom**	**Heizen**	**Gesamt**		**Strom**	**Heizen**	**Gesamt**
Regionen	Österreich	385	91	476	398	92	490	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Tschechien	99	0	99	99	0	99	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Deutschland	101	0	101	70	0	70	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Kroatien	526	72	599	541	62	603	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Ungarn	514	142	656	508	149	657	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Rumänien	333	0	333	98	0	98	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Slowenien	436	65	501	437	70	507	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Italien	564	104	668	563	106	668	n.v.	n.v.	n.v.	n.v.
	Gesamt	**448,13**	**97,49**	**545,62**	**449,78**	**99,56**	**549,34**				

302-3b: m² Netto-Verkaufsfläche aller SPAR- und Hervis-Markttypen.
302-3c: elektrische Energie, Heizöl, Gas, LPG, Fernwärme
302-3d: innerhalb der Organisation

* Hervis Rumänien hatte 2017 nicht alle Stromrechnungen vollständig vorliegen. Im Jahr 2017 nicht angerechnete Verbräuche wurden 2018 in die Berichterstattung aufgenommen, wodurch die hier angegenen Werte über den tatsächlichen Verbräuchen liegen.

5.4. Erneuerbare Energie

Bei aller Energieeffizienz und -einsparung ist auch zukünftig Energie für den Geschäftsbetrieb nötig. Einen ständig steigenden Anteil dieser Energie bezieht SPAR aus erneuerbaren Quellen. Dazu werden laufend neue SPAR-Standorte mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet, Heizungen von Öl- und Gasbetrieb auf Abwärme aus den Kälteanlagen umgestellt und neue Logistik-Lösungen getestet, die ohne fossile Treibstoffe auskommen. In Italien und Österreich beziehen die Unternehmen der SPAR Holding AG bereits ausschließlich Strom aus regenerativen Quellen.

5.4.1. Strom selbst erzeugen

SPAR baut die Eigenversorgung mit Energie laufend aus. In stark besiedelten Gebieten, in denen SPAR-Standorte sich großteils befinden, sind Wind- und Wasserkraftanlagen nur schwer realisierbar. Einzig sinnvolle und flächendeckend anwendbare Technologie zur Energiegewinnung an SPAR-Standorten ist daher die Photovoltaik. SPAR-Standorte verfügen in vielen Fällen über geeignete Dachflächen hinsichtlich Größe und Belastbarkeit. Daher forciert SPAR die Errichtung von Photovoltaik-Anlagen und investiert allein in Österreich jährlich rund eine Million Euro. Derzeit befinden sich auf SPAR-Dächern in Österreich über 76 Anlagen, in Italien neun, in Kroatien fünf und in Slowenien zwei Anlagen. Im Jahr 2018

haben diese PV-Anlagen insgesamt rund 5,8 GWh Strom erzeugt, den SPAR direkt an den Standorten verbraucht hat.

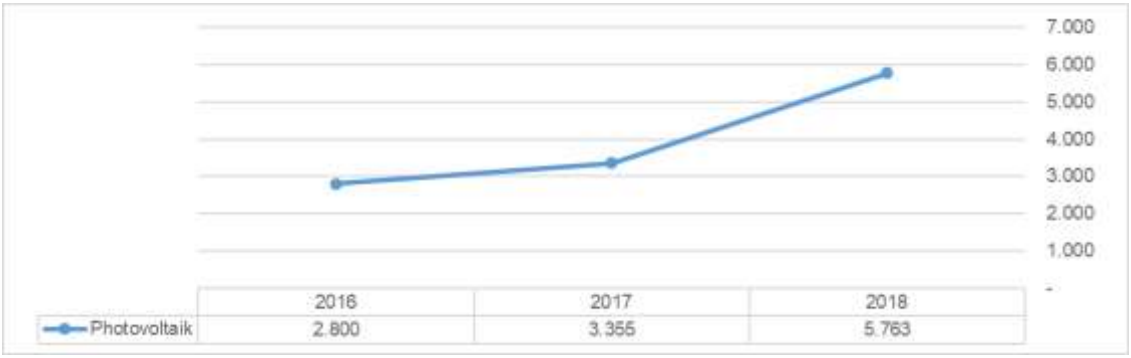


Diagramm 4: Photovoltaik-Produktion in MWh

Die bisher größte Anlage auf einem Gebäude der SPAR Holding wurde 2018 in Imst (Tirol) in Betrieb genommen. 740 PV-Module mit einer Gesamtleistung von knapp 215.000 kWh und einer Gesamtfläche von 1204 m² am Dach des neuesten INTERSPAR-Hypermarkts in Imst versorgen den darunterliegenden Markt mit Energie.

5.4.2. Biomasse nutzen

In zunehmend mehr slowenischen INTERSPAR-Hypermärkten werden die Backöfen mit Biomasse anstelle von sonst üblichem Gas betrieben. Holzpellets befeuern die Backöfen der Markt-Bäckerei und sparen so deutlich CO_2 ein. Nach ersten Tests in Slowenien stößt das System innerhalb der SPAR-Gruppe auf verstärktes Interesse. Auch im kroatischen INTERSPAR-Hypermarkt Rujevica und Pula sind bereits Pellets-Öfen im Einsatz und werden möglicherweise zukünftig auch in österreichischen Märkten eingesetzt.

5.5. Lagerlogistik

SPAR betreibt in der Gruppe 16 Lagerhäuser, von denen aus Lebensmittel- und Non-Foodwaren verteilt werden. Ein hocheffizientes Logistiksystem, teil- oder vollautomatisierte Lagerverwaltung und eine dezentrale Struktur sorgen dafür, dass Waren zum richtigen Zeitpunkt, in richtiger Menge und in bester Qualität in den Märkten ankommen.

5.5.1. Effizienzsteigerung durch Automatisierung

SPAR wächst seit Beginn der Unternehmensgeschichte beständig. Neue Märkte und laufende Sortimentserweiterungen bedeuten auch zusätzliche Belastungen für die Logistik, die Warenverfügbarkeit und Frische garantieren soll. SPAR hat daher die Lagerlogistik so weit wie möglich optimiert und so die Logistik schneller gemacht, um transportierte Volumina zu steigern. Mit rein menschlicher Muskelkraft ist der Betrieb eines solchen Logistiksystems nicht möglich, seit jeher wurde zur Effizienzsteigerung Technik eingesetzt – vom Hubwagen bis zum automatischen Shuttle, das Waren vom Lagerplatz zur Auslieferung bringt. In den modernsten SPAR-Lagern in Wels und Ebergassing sind zahlreiche Schritte von der Anlieferung über die Zwischenlagerung bis zur Auslieferung automatisiert. Schon bei der Anlieferung können Verpackungseinheiten automatisch von Paletten entnommen und eingelagert werden. Bei Bedarf werden sie über Förderbänder und Roboter automatisch auf Transportwagen geschlichtet und für die Auslieferung bereitgestellt. In anderen Lagern und bei Tätigkeiten, die nicht automatisiert werden können, achtet SPAR auf ergonomische Arbeitsplätze und kurze Wege für Mitarbeiter – nach dem Motto: „Ware zum Mitarbeiter, nicht Mitarbeiter zur Ware“. Ent- und umgepackt wird an Arbeitsplätzen mit höhenverstellbaren Stationen. Für die Auslieferung an Märkte wird die optimale Platzausnützung auf den Rollbehältern automatisch berechnet, um möglichst viele Produkte pro Lkw zu befördern und damit unnötige Transporte zu sparen. Die in Wels und Ebergassing erfolgreich erprobten Technologien sollen auch im neuen Zentrallager bei Monselice in Italien eingesetzt werden, das seit 2018 errichtet wird.

5.5.2. Logistik-Standards

Die österreichischen SPAR-Logistikzentren für Lebensmittel und Nonfood nutzen den IFS Logistics Standard Version 2.1, um die Lebensmittelsicherheit hinsichtlich Hygiene und Qualität zu gewährleisten. Zugleich sind drei dieser Logistikzentren nach dem Qualitätsmanagementsystem ISO 9001/2008 zertifiziert. Das Logistikzentrum der SPAR Slowenien in Ljubljana ist zugleich nach dem IFS Logistics Standard V2.1 und der ISO 9001/2008 zertifiziert. In Ungarn sind beide SPAR-Logistikzentren in Bicske und Üllö nach dem IFS Logistics Standard V2.1 zertifiziert. Die Zertifikate bestätigen, dass SPAR alle Anforderungen zur Einhaltung der Produktsicherheit durch alle logistischen Prozesse erfüllt und beherrscht.

5.5.3. Mehrweg-Systeme in der Logistik

Für die Belieferungen der Märkte nutzt SPAR verschiedene Mehrweg-Systeme, um so Überverpackungen einzusparen. Trockenwaren, die vom Zentrallager Wels aus über die Zweigniederlassungen oder direkt an Märkte geliefert werden, werden in Mehrweg-Klappkisten verpackt. Derzeit sind allein in Österreich 25,3 Millionen dieser Klappkisten im Einsatz. Bei Obst und Gemüse war SPAR einer der ersten Händler, die das ifco-Pfandsystem nutzten. Die faltbaren Mehrweg-Kisten ersetzen großteils Karton und Holz-Steigen für Obst und Gemüse am gesamten Transportweg vom Landwirt/Verpacker bis zum Supermarkt. Beide Klappkisten werden nach Verkauf der Ware platzsparend zusammengeklappt und über die bestehende SPAR-Logistik wieder an die Zentralen retourniert. Für Frischfleisch und Wurstwaren aus eigener Produktion haben die TANN-Fleischwerke ebenfalls Mehrweg-Wannen im Einsatz – allein in Österreich über 400.000 – die in Produktion und Auslieferung zum Einsatz kommen.

5.6. Transportlogistik

Die Verteilung von Waren von Lagern an die SPAR-Märkte bewerkstelligt SPAR in den Ländern unterschiedlich. In Österreich und Ungarn wird der Großteil der Waren von der SPAR-eigenen Lkw-Flotte an die Märkte geliefert. Zusätzlich werden für die Transportlogistik externe Dienstleister eingesetzt, die spezielle Transportaufgaben und auch saisonal bedingte Spitzenzeiten abdecken.
In den SPAR-Ländern Italien, Slowenien und Kroatien sowie bei Hervis ist die Transportlogistik überwiegend ausgelagert.

5.6.1. Moderne Flotte, effizienter Einsatz

Die SPAR-Lkw-Flotte wird durchschnittlich alle 8 Jahre erneuert und laufend auf dem neuesten Stand der Technik gehalten. Jährlich werden somit allein in Österreich rund 30 Fahrzeuge auf die jeweils neueste Abgasnorm getauscht.
Der Einsatz der Fahrzeuge erfolgt täglich im Mehrschichtbetrieb. Die Lkw-Routen werden anhand von Effizienzkriterien computerunterstützt geplant. Die Lkw-Fahrer werden regelmäßig auf kraftstoffsparendes Fahren trainiert, in Ungarn ist der möglichst geringe Kraftstoffverbrauch bei Fahrern sogar Kriterium für Bonuszahlungen. Alle Lkw sind mit einem Monitoring- System ausgestattet, welches Routenabweichungen und Kraftstoffverbräuche festhält und bei überdurchschnittlichen Abweichungen Alarm schlägt. Ein Teil dieses Systems zur Kraftstoffeinsparung ist vom klimaaktiv-Fonds des österreichischen Ministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus gefördert.
In den Fahrzeugen setzt SPAR auf unterschiedliche technische Assistenzsysteme, die den Fahrer bestmöglich in der Erfüllung seiner Tätigkeit unterstützen und einen sicheren und effizienten Betrieb der Flotte sicherstellen.
Das neueste System ist ein Abbiegeassistent, der mögliche Unfälle durch den toten Winkel beim Abbiegen vermeiden soll. Ab 2019 wird ein Abbiege- Assistent in allen neuen SPAR-Lkw verbaut.

5.6.2. Neue Antriebstechniken

Bis 2050 möchte SPAR ohne fossile Energieträger auch in der Logistik auskommen. Im Gegensatz zur Personenmobilität stecken in der Warenlogistik alternative Antriebssystem noch in den Kinderschuhen. Längere Distanzen, zusätzliche Stromverbraucher wie Kühlung oder Ladeboardwand sowie Gesamtlasten bis 40 Tonnen stellen Fahrzeugbauer bisher vor große Herausforderungen. SPAR trägt zu Forschung und Entwicklung durch die Beteiligung an unterschiedlichen Forschungsprojekten und Praxistests bei. Seit September 2018 testet SPAR gemeinsam mit anderen Mitgliedern des Councils für Nachhaltige Logistik und unter wissenschaftlicher Begleitung der Universität für Bodenkultur Wien einen der ersten schweren Elektro-Lkw in Europa im täglichen Praxiseinsatz. Der E-Lkw aus dem MAN-Werk in Steyr ist das erste in Kleinserie gefertigte Fahrzeug, das auch für die Lebensmittel-Logistik eingesetzt werden kann. Mit 26 Tonnen maximalem Gesamtgewicht entspricht der Neuzugang den sonst bei SPAR eingesetzten Fahrzeugen und wird gleiche Logistik-Aufgaben übernehmen. SPAR wird den neuen E-Lkw drei Jahre lang im Grazer Stadtgebiet testen. Betrieben wird der E-Lkw ausschließlich mit Energie aus erneuerbaren Quellen, die auch sonst bei SPAR zum Einsatz kommt. Eine Seite des SPAR-Lkw ziert die Zeichnung

von SPAR-Lehrling Daniel Kasparet aus Ebensee. Seine Ideen im Rahmen des Gestaltungswettbewerbs „Nachhaltige Logistik der Zukunft“ unter allen SPAR-Lehrlingen in Österreich haben die Jury überzeugt.
Zusätzlich nimmt die SPAR Österreich Gruppe am Forschungsprojekt „Low Emission Electric Fright Fleet“ – kurz LEEFF – teil, in dem sechs Unternehmen insgesamt zehn Elektro-Transporter auf ihre Praxistauglichkeit testen. Erprobt werden unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten, wie bei INTERSPAR die Belieferung von innerstädtischen Märkten von einem nahegelegenen Logistik-Hub aus. Für INTERSPAR ist ein Maxus EV80 von SAIC mit einer Reichweite von bis zu 200 Kilometern, einem 92kW Elektro-Motor und einem 56 kWh Lithium-Eisen-Phosphat Akku im Einsatz.

Was die komplette Umstellung der SPAR-Lkw-Flotte auf alternative Antriebe bedeuten würde, welche Technologie die Anforderungen der Lebensmittellogistik am besten erfüllen kann und wie neue Lade- oder Tanksystem gestaltet werden müssen, erforscht das Projekt MEGAWATT, an dem SPAR sich ebenfalls beteiligt.
Auf europäischer Ebene hat sich SPAR der Petition der European Federation for Transport and Environment angeschlossen und damit für eine verpflichtende Quote von Null-Emissions-Lastenfahrzeugen bei europäischen Autobauern eingesetzt. Bis 2025 müssen europäische Autobauer durch ihre verkauften Fahrzeuge 15 Prozent weniger CO_2 emittieren, bis 2030 30 Prozent. Wenn sie mindestens zwei Prozent Null-Emissions-Fahrzeuge verkaufen, können sie diese Reduktionsvorgabe auf 12 Prozent senken. Dadurch erhofft sich SPAR verstärkte Entwicklung von Null-Emissions-Fahrzeugen und wirtschaftlich darstellbare Preise für Nutzfahrzeuge mit alternativen Antrieben.

5.7. Kundenmobilität

Die „Last Mile" vom Supermarkt bis zum Haushalt hat eine entscheidende Auswirkung auf die Treibhausgas-Bilanz des Lebensmitteleinkaufs. Lt. Studien des VCÖ verursacht eine zwei Kilometer lange Einkaufsfahrt mit dem Auto etwa zwei Kilogramm CO_2 – fast viermal so viel wie etwa der Schiffstransport von einem Kilo Obst aus Übersee oder so viel wie 40 Einweg-Plastiksackerl. SPAR forciert daher eine möglichst klimaschonende Kundenmobilität durch:

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

Zur Förderung der Elektromobilität finden sich schon an 123 SPAR-Standorten in Österreich Ladestationen für Kundinnen und Kunden, davon 70 für E-Bikes und 71 für E-Autos (einige Stationen sind für E-Bikes und E-Autos geeignet). Jedes SES-Shopping-Center bietet E-Ladestationen. In Ungarn startete die Ausstattung mit Schnellladestationen im INTERSPAR Sopron. Weitere INTERSPAR-Hypermärkte sollen in den kommenden Jahren folgen. In Kroatien wurde 2018 der INTERSPAR-Hypermarkt Rujevica als erster Markt mit fünf Ladestationen für E-Autos ausgestattet.

5.8. Reduktion von CO_2-Emissionen

Der größte Energieträger der SPAR-Standorte ist Strom, der je nach erneuerbarem Anteil eine entsprechend höhere oder niedrigere Treibhausgas-Emission verursacht. Mit Blick auf die Emissionen kommen zu Strom, Gas und Treibstoff als wesentliche Emissionsquelle noch die Kühlmittel für Kälteanlagen hinzu. Auch wenn SPAR nur mehr Anlagen mit CO_2 (R744) neu errichtet, sind noch Anlagen in Betrieb, die Kältemittel mit höherem Global Warming Potential (GWP) wie R404A benötigen. Dieses Kältemittel wird in Österreich aus Anlagen abgesaugt, die durch neue Anlagen ersetzt werden. Das Kältemittel wird aufbereitet und bei Bedarf in noch bestehende Anlagen eingefüllt. Damit bringt SPAR in Österreich keine neuen Mengen an R404A in Umlauf, was eine deutliche Reduktion der CO_{2equ}-Emissionen im Vergleich zu 2017 zur Folge hat. Mit zunehmendem Austausch dieser Anlagen und einem höheren Anteil von Strom aus erneuerbaren Quellen, sinken die Treibhausgas-Emissionen von SPAR stetig seit vielen Jahren um mindestens 3 Prozent. In Österreich wird das selbstgesetzte Ziel von -2 bis -5 Prozent jährlich übererfüllt, damit ist davon auszugehen, dass die geplante Reduktion von -90 Prozent Treibhausgas-Emissionen trotz derzeit absolut leicht steigendem Energieverbrauch bis 2050 auch erreicht wird.
Nicht genauer bezifferbar ist die Treibhausgas-Emission von SPAR in der vor- und nachgelagerten Lieferkette. Bei Hunderttausenden Produkten und entsprechend vielen Rohstoffquellen ist eine genauere Bezifferung der Scope 3-Emissionen nahezu unmöglich. Durch Projekte in der Lieferkette, wie beispielsweise zur Steigerung des Eigenversorgungsgrads mit Eiweiß in Europa (siehe S. 43), oder für klimaschonende Kundenmobilität (siehe S. 76) versucht SPAR zu einer laufenden Reduktion der Emissionen auch vor und nach dem Unternehmen beizutragen, ohne jedoch die Auswirkungen messen zu können.

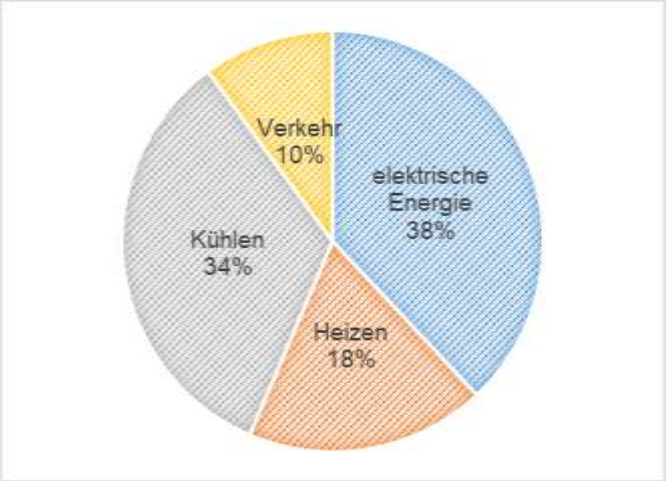
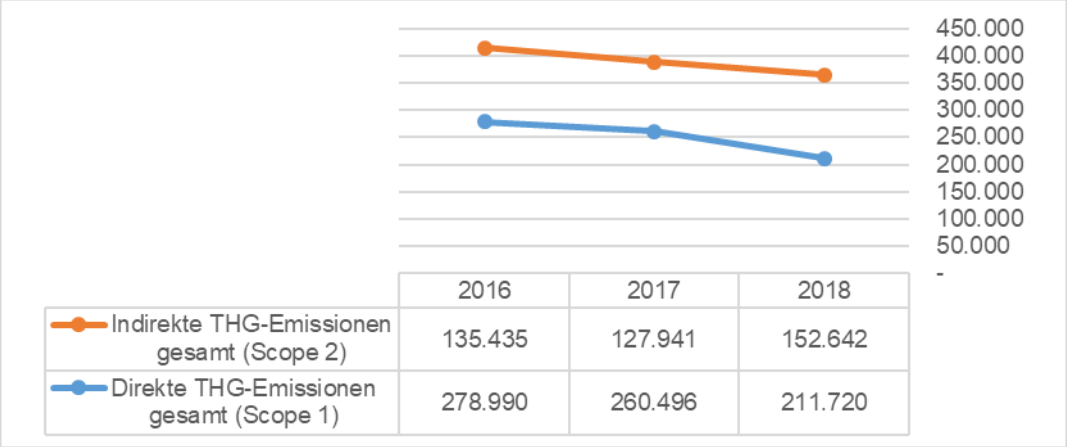


Diagramm 5: Treibhausgas-Emittenten nach Anteil an Gesamt-Emissionen

GRI 305-1
GRI 305-2



	2016	2017	2018
Indirekte THG-Emissionen gesamt (Scope 2)	135.435	127.941	152.642
Direkte THG-Emissionen gesamt (Scope 1)	278.990	260.496	211.720

Diagramm 6: Treibhausgas-Emissionen gesamt (Strom, Heizen, Verkehr, Kühlen) in t CO_2eq

GRI 305-4

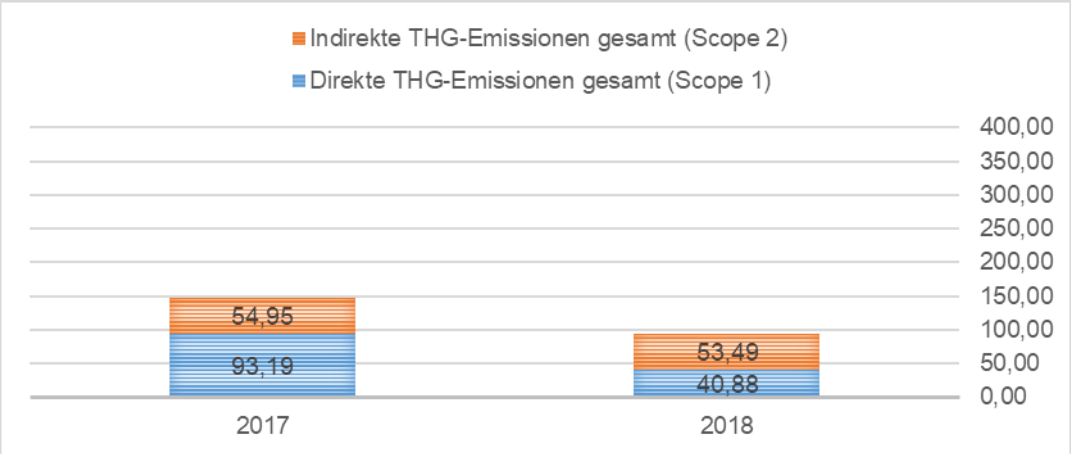


Diagramm 7: Treibhausgas-Emissionen der Filialen SPAR und Hervis (Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO_2eq relativ pro m² Netto-Verkaufsfläche

Tabelle 3: Treibhausgas-Emissionen (in to CO2 Äquivalent)

		2018			2017			2016		
		Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt
Regionen	Österreich	62.081	7.790	69.871	93.357	7.365	100.722	93.952	9.366	103.318
	Tschechien	119	5.036	5.155	249	5.166	5.415	0	1.200	1.200
	Deutschland	0	437	437	0	304	304	0	429	429
	Kroatien	9.369	17.864	27.233	13.211	15.650	28.861	3.704	17.604	21.308
	Ungarn	82.477	89.826	172.302	106.941	88.964	195.905	124.870	84.513	209.384
	Rumänien	0	1.185	1.185	0	741	741	0	715	715
	Slowenien	7.654	22.842	30.496	8.853	23.866	32.719	11.477	20.000	31.477
	Italien	50.021	7.662	57.683	51.097	1.196	52.293	44.987	1.608	46.595
	Gesamt	**211.720**	**152.642**	**364.363**	**273.708**	**143.253**	**416.961**	**278.990**	**135.435**	**414.426**

305-1b, 305-2c: In die Berechnung sind alle relevanten Treibhausgase lt. DEFRA einbezogen.
305-2b: nicht zutreffend
305-1c: keine
305-1d, 305-2d: keine Reduktion im nicht zutreffend
305-1e, 305-2e: Angaben zu Strom und Fernwärme von regionalen Anbietern, übrige Angaben von DEFRA und Umweltbundesamt.
305-1f. 305-2f: operativ (Mengenerhebung aller Verbräuche und Umrechnung)
305-1g, 305-2g: Umweltmanagementsystem Archibus und Abrechnungen der Dienstleister als Quellen, Excel zur Konsolidierung

Tabelle 4: Treibhausgas-Intensität der Filialen (SPAR und Hervis; Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO_{2eq}/m^2

		2018			2017			2016		
		Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt
Regionen	Österreich	22	7	29	54	6	60	n.v.	n.v.	n.v.
	Tschechien	5	228	233	0	64	64	n.v.	n.v.	n.v.
	Deutschland	0	57	57	0	39	39	n.v.	n.v.	n.v.
	Kroatien	54	106	159	91	109	200	n.v.	n.v.	n.v.
	Ungarn	129	195	324	167	194	360	n.v.	n.v.	n.v.
	Rumänien	0	153	153	0	45	45	n.v.	n.v.	n.v.
	Slowenien	29	105	134	42	112	154	n.v.	n.v.	n.v.
	Italien	157	24	181	165	3	168	n.v.	n.v.	n.v.
	Gesamt	**40,88**	**53,49**	**94,37**	**93,19**	**54,95**	**148,14**			

305-4b: m² Netto-Verkaufsfläche aller SPAR- und Hervis-Markttypen.
305-4c: Die relativen Angaben bezogen auf Verkaufsflächen beinhalten ab 2017 nur den Verbrauch von SPAR- und Hervis-Märkten (Strom, Heizen, Kühlung). Die SPAR-Zentralen und -Logistik versorgen auch SPAR-Einzelhändler, die im Bericht nicht inkludiert sind. Logistik-Aufwendungen für Einzelhändler können nicht getrennt dargestellt werden, daher werden Logistik-Verbräuche bei GRI 302-3 und GRI 305-4 nicht berücksichtigt. Shopping-Center verfügen über keine eigene, nicht-vermietete Verkaufsfläche und werden daher bei diesen relativen Angaben nicht berücksichtigt."
305-4d: In die Berechnung sind alle relevanten Treibhausgase lt. DEFRA einbezogen.

5.9. Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

SPAR ist seit der Gründung der AG in Österreich darauf bedacht, Verpackungen nur einzusetzen, wenn diese für den Produktschutz nötig und sinnvoll sind, und auf unnötige Verpackungen möglichst zu verzichten. Auch die Ziele der EU sehen vor, dass bis 2030 alle Kunststoffverpackungen recyclingfähig sind, der Verbrauch von Einwegkunststoffen reduziert und die absichtliche Verwendung von Mikroplastik beschränkt wird. Zu diesem Ziel trägt SPAR durch gezielte Maßnahmen zur Verpackungsreduktion bei, wo diese unter Einbezug der gesamten Lieferkette sinnvoll ist (siehe S. 36).

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

- In SPAR-Standorten werden gewerbliche Abfallfraktionen wie Überverpackungen aus Plastik oder Karton von biogenen Abfällen und Restmüll getrennt gesammelt. Die Wertstoffe werden über die bestehende SPAR-Logistik in die Zweigniederlassungen gebracht und dort von Partnerunternehmen für das Recycling aufbereitet. Biogene Abfälle und Restmüll werden teilweise von privaten Abfallentsorgern, teilweise aufgrund gesetzlicher Beschränkungen von kommunalen Betrieben abgeholt. Mengenerhebungen über die gesammelten Wertstoffe und Abfälle gibt es aufgrund dieses diversen Systems nicht in belastbarer Qualität.
- Die Sammlung von Wertstoffen in Haushalten fördert SPAR durch die Unterstützung von Sammelsystemen. In Österreich war SPAR in den 1990er-Jahren einer der wesentlichen Initiatoren der ARGEV, der Vorgängerorganisation der heutigen Altstoff Recycling Austria (ARA) und damit mitverantwortlich für den Aufbau des österreichischen Altstoffsammel- und -verwertungssystems. Durch das Sammelsystem können in Österreich alle in Verkehr gebrachten Verpackungen einfach gesammelt und verwertet werden. Das System setzt schon jetzt die erweiterte Produzentenverantwortung um, die von der EU im Circular Economy Package gefordert wird. In Ungarn hat SPAR in Kooperation mit dem nationalen Altglasentsorger ARW Magyarország an allen SPAR-Standorten Altglas-Sammelbehälter aufgestellt. Damit soll ein Beitrag zur Anhebung der ungarischen Sammelrate auf 60 Prozent geleistet werden.

Langfristig ist eine deutliche Reduktion von Verpackungen und eine Erhöhung der Sammelquoten speziell bei Kunststoff auf über 55 Prozent nur gemeinsam mit Konsumenten möglich. Das Angebot von Getränken in Mehrweg- statt Einwegflaschen, Feinkost in Bedienung statt vorverpackt oder Mehrwegsackerl für Obst ist bereits heute gegeben – die umweltfreundliche Wahl beim Einkauf und die Verpflichtung zur korrekten Trennung und Sammlung liegt beim Konsumenten.

In Rahmen der Kampagne „Denken Sie umweltbewusst“ hat SPAR Slowenien einmal mehr auf die Reduktion von Tragetaschen hingewiesen und die Aufräumaktionen in slowenischen Flüssen fortgesetzt. SPAR hat Taucher beauftragt, die Flüsse Ljubljanica, Sava und Krka zu reinigen. Auch 2019 wird SPAR mit der Initiative „Flussreinigung“ fortfahren und das Bewusstsein für nachhaltiges Verhalten stärken.

DESPAR
EUROSPAR
INTERSPAR

6. Gesellschaftliches Engagement

Die SPAR Holding ist ein wesentlicher Teil der Gesellschaften, in denen sie tätig ist. Nahversorgung mit lebenswichtigen Lebensmitteln, Ausstatter und Sponsor für gesundheitsfördernden Sport und Bewegung und sozialer Treffpunkt sind die SPAR-Standorte gleichermaßen. Die Verantwortung für die Gesellschaft nimmt SPAR nicht nur in Krisenzeiten wahr, wo die Lebensmittelsparte als kritische und besonders wichtige Infrastruktur anerkannt ist, sondern auch im täglichen Leben, wie beispielsweise durch die Unterstützung karitativer Organisationen und lokaler Vereine.

6.1. Geldspenden an soziale Organisationen

SPAR unterstützt in jeder Region lokale Vereine und Organisationen, die sich um Sport, Kultur und Soziales kümmern. Insgesamt spendete SPAR rund 2,6 Mio. Euro für Sport- und Kulturveranstaltungen, rund eine Million für regionale, soziale Zwecke, gab rund eine Million Euro an Kundenspenden an Hilfsorganisationen weiter und übergab unverkäufliche Lebensmittel im Wert von rund 20 Mio. Euro an Sozialorganisationen.

In Österreich ist SPAR seit vielen Jahren Partner und Unterstützer von Hilfsorganisationen, die in Österreich tätig sind. SPAR ist einer der größten Spendenüberbringer an Licht ins Dunkel und Rettet das Kind. An letztere übergab REGIO über 13.800 Euro aus dem Verkauf von Tee-Adventkalendern sowie SPAR 40.000 Euro aus den Erlösen der SPAR Stickermania. INTERSPAR ist seit rund 15 Jahren Partner des SOS-Kinderdorf und spendete für dieses im vergangenen Jahr 97.000 Euro sowie für DEBRA Austria 48.000 Euro. Zusätzlich wird bei jeder Eröffnung eines neu- oder umgebauten SPAR-Markts eine Spende an eine Hilfsorganisation im jeweiligen Ort übergeben.

SPAR Kroatien unterstützte auch 2018 lokale Projekte oder Vereine anlässlich der Eröffnungen neuer Märkte, wie beispielsweise anlässlich der Eröffnung der neuen Filiale in Labin, wo 50.000 Kuna (6.750 EUR) an eine Einrichtung für die Erziehung und Bildung von Kindern mit Entwicklungsstörungen „Liče Faraguna“ gespendet wurden. Bei der Eröffnung der neuen SPAR-Filiale in Split im März 2018 spendete SPAR 50.000 Kuna für die Erneuerung des Peristyls im antiken Diokletianspalast, der als UNESCO-Weltkulturerbe in Europa gelistet ist. Die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft hat SPAR auch bei der Eröffnung des Hypermarktes Rujevica in Rijeka im März 2018 zum Ausdruck gebracht und mit einer Spende von 50.000 Kuna das Zentrum für Autismus für die Errichtung eines Sinnesparks unterstützt.

6.2. Lebensmittelweitergabe an Sozialorganisationen

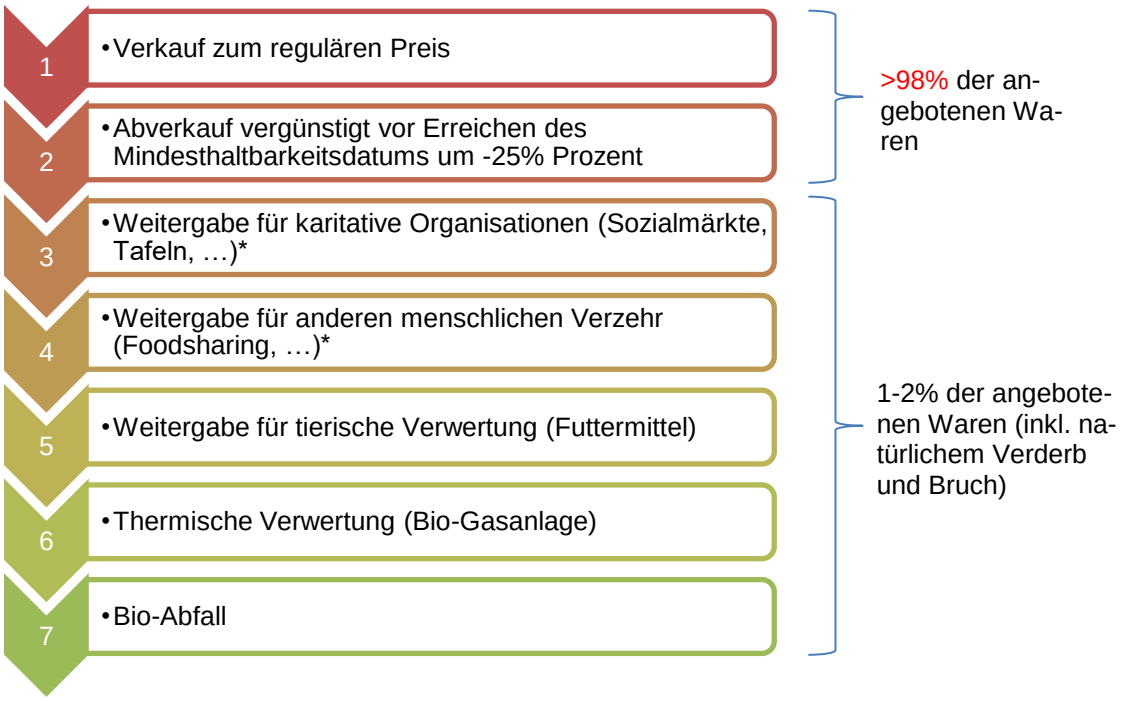
Der Anteil des Lebensmittelhandels an nicht verbrauchten Lebensmitteln ist viel kleiner als gemeinhin angenommen: Laut Greenpeace stammen 42 Prozent der Lebensmittelabfälle im Rest- und Bio-Müll aus Haushalten, 39 Prozent aus der Landwirtschaft, je 17 Prozent aus der verarbeiteten Industrie und von Großverbrauchern und nur 5 Prozent aus dem Handel. Bei SPAR wird nur rund ein bis zwei Prozent der angebotenen Lebensmittel nicht verkauft. Denn SPAR hat ein umfangreiches Maßnahmenpaket geschnürt, um der Lebensmittelverschwendung im Handel und in den Haushalten entgegenzutreten.

6.2.1. Genaue Bestellungen

Alle Systeme sind bei SPAR schon jetzt darauf ausgerichtet, so viel wie möglich zu verwenden und so wenig wie möglich zu verschwenden. Zusätzlich werden laufend Verbesserungen vorgenommen.
Der größte Anteil der Lebensmittel im Müll stammt aus Haushalten – vielfach, da zu große Mengen eingekauft wurden. Die wichtigste Maßnahme gegen Lebensmittelverschwendung bei SPAR sind daher Bedientheken. Hier können Kundinnen und Kunden gramm- bzw. stückgenau jene Menge Fleisch, Wurst, Käse, Frischfisch und Brot einkaufen, die sie tatsächlich (ver)brauchen. Damit bleiben im Gegensatz zu vorverpackten Großpackungen keine kostbaren Frischprodukte übrig, die besonders viel CO_2 in der Produktion verursachen. SPAR bietet trotz der vielfachen Unterstellung, dadurch vermehrten Einkauf zu fördern, Mengenaktionen wie 1+1 oder 2+1 gratis an, denn einerseits können beispielsweise in Erntesaisonen überproduzierte Lebensmittel an die Konsumenten gebracht werden, andererseits nutzen Haushalte mit mehr Personen diese Aktionen bewusst zum günstigen Einkauf.
Im sogenannten Trockensortiment (Reis, Nudeln, Dosen, Mehl etc.) bleibt praktisch nichts übrig. Diese Produkte haben meist eine lange

Haltbarkeitsfrist und die automatischen Bestellsysteme garantieren, dass nur so viel nachbestückt wird, wie gebraucht wird.
Bei Brot und Gebäck helfen die Backstationen, die in fast allen SPAR, EUROSPAR und INTERSPAR-Märkten vorhanden sind, Gebäck bedarfsgerecht herzustellen. Bei Brot von regionalen Bäckern bemühen sich alle um eine möglichst genaue Bestellung. Zum Tagesende hin wird nur noch ein kleine Auswahl an Brot und Gebäck aufgebacken.
Bei Milchprodukten bleibt unter der Woche wenig übrig, weil die Haltbarkeitsfristen aufgrund der verbesserten Herstellungsbedingungen sehr lange sind. Hier bleiben nur am Wochenende wenige Frischmilchprodukte übrig.
Was in den Bedienabteilungen Feinkost, Fleisch und Fisch übrig bleibt, muss aus lebensmittelrechtlichen Bestimmungen teilweise entsorgt werden. Verpackte Ware aus diesen Bereichen bleibt aufgrund des perfektionierten Bestellwesens selten übrig. Aussortiertes Obst und Gemüse ist zumeist nicht mehr gut genug, um weitergegeben zu werden.

Diagramm 8: Hierarchie der Lebensmittelverwendung bei SPAR



* Wenn gesetzlich erlaubt

6.2.2. Weitergabe an karitative Organisationen

SPAR KPI

Produkte, die trotz gewissenhafter Bestellung und versuchtem Abverkauf nicht verkauft werden konnten, spendet SPAR in jenen Ländern, in denen dies erlaubt ist, an Sozialorganisationen. In Österreich und Italien gibt jeder Markt, in dessen Umgebung es eine Tafel, einen Sozialmarkt oder eine andere Sozialorganisation gibt, unverkäufliche Lebensmittel weiter. Lebensmittel im Wert von rund 14,5 Mio. Euro sind durch diese Spenden in Österreich an Menschen weitergegeben worden, die sich den regulären Einkauf nur schwer leisten können, in Italien wurden Waren im Wert von 6,7 Mio. Euro gespendet. In Österreich und Italien ist also die Weitergabe von Lebensmitteln längst gelebte Praxis und bedarf daher keiner gesetzlichen Vorschriften, wie sie in Frankreich oder Tschechien beschlossen wurden, wo Händler bisher wenig gegen Lebensmittelverschwendung unternommen hatten.

In Ungarn und Kroatien ist es nicht erlaubt, Lebensmittel zu spenden, die nahe am oder über dem Mindesthaltbarkeitsdatum sind. Erlaubt ist die Weitegabe von frischen Lebensmitteln, wie Brot und Gebäck oder auch Convenience-Produkten ohne Mindesthaltbarkeitsdatum. Diese spenden auch SPAR-Organisationen in diesen Ländern an Sozialvereine. So hat SPAR Kroatien im Jahr 2018 die karitative Einrichtung Caritas mit Brot und Backwaren im Wert von 4,6 Mio. HRK unterstützt. SPAR Ungarn veranstaltete bereits zum 22. Mal eine der größten Lebensmittelspendensammlungen des Landes gemeinsam mit dem Malteser Hilfsdienst. Unter dem Motto „Geben ist Freude!“ kauften Kundinnen und Kunden lang haltbare Lebensmittel bei SPAR ein und übergaben diese an Mitarbeiter der Malteser direkt in den Märkten. In den sechs Tagen der Aktion sammelten die 3.000 freiwilligen Helfer rund

284 Tonnen Lebensmittel und erstellten daraus rund 30.000 Lebensmittelpakete, die vor Weihnachten Tausenden Bedürftigen übergeben wurden. Im Rahmen der EU-Initiative „STREFOWA – Strategies to Reduce Food Waste in Central Europe“ hat SPAR Ungarn im vergangenen Jahr auch wieder lange haltbare Lebensmittel von Kunden gesammelt, die diese nicht mehr benötigen, aber noch mindestens zwei Wochen haltbar sind. Daneben engagiert sich SPAR in Zusammenarbeit mit nichtstaatlichen Organisationen für die Verbesserung der gesetzlichen Rahmenbedingungen für Lebensmittelspenden. In Slowenien ist die Weitergabe von Lebensmitteln an Sozialvereine gerade im Aufbau. Im zweiten Jahr der Kooperation zwischen Lions Club Slowenien und SPAR weiterhin Lebensmittel gespendet.

6.2.3. Altbrot-Verwertung in Österreich

Durchschnittlich sieben Kilo Brot und Gebäck bleiben trotzdem bei Geschäftsschluss in den Regalen liegen. Besonders Gebäck hält an manchen Tagen nicht bis zum nächsten Abholtag der Sozialorganisationen, die 1-2 Mal pro Woche die Märkte anfahren. Für die Verwertung dieses Brots hat SPAR gemeinsam mit Fixkraft in Oberösterreich ein Pilotprojekt gestartet und mittlerweile auf fast alle Bundesländer ausgedehnt: Altbrot wird noch in der Filiale aus der Verpackung genommen und über die bestehende Logistik einmal pro Woche an einen Futtermittelhersteller geliefert, der das Altbrot zu hochwertigem Tierfutter verarbeitet. Ein qualitativ ausgezeichnetes Nahrungsmittel bleibt somit im Lebensmittelkreislauf erhalten.

6.3. Förderung von Innovationen und Unternehmergeist

6.3.1. ŠTARTAJ SLOVENIJA

SPAR Slowenien hat die dritte Saison ihrer äußerst erfolgreichen Kampagne Štartaj Slovenija abgeschlossen. In Kooperation mit der Formitas-Werbeagentur und dem Medienhaus Pro Plus hat SPAR lokalen slowenischen Startups die Chance gegeben, ihre Produkte am weitreichenstarken TV-Sender POP TV zur präsentieren und den Gewinnern einen exklusiven langfristigen Vertrag mit SPAR zugesichert, um ihre Produkte in SPAR-Märkten zu verkaufen. Aus unzähligen Bewerbungen schafften es 20 junge Unternehmen in die Show, acht davon erhielten die Chance, ihre Produkte in den INTERSPAR Hypermärkten zu verkaufen, eines davon wurde als das Hit-Produkt des Jahres 2018 ausgezeichnet. In die Regale von SPAR schafften es die Feinkost-Aufstriche mit Obst oder Nüssen, Cereals aus natürlichen Zutaten, eine Pancake-Mischung, Bio-Granola, ein Nahrungsergänzungsmittel für Haut, Haare und Nägel, ein natürliches Shampoo und Conditioner sowie ein natürliches Reinigungsspray für Haustiere neben dem Gewinner, dem gefrorenen Nachtisch-Eis am Stiel La Popsi. Der Startup-Wettbewerb bietet Jungunternehmern Perspektiven und wirtschaftliche Erfolgschancen in Slowenien. Damit möchte SPAR zu einem positiven Wirtschaftsumfeld beitragen, das dem Trend der Abwanderung aus Slowenien entgegentritt.

6.3.2. Young & Urban

Auch in Österreich startete SPAR 2018 eine Startup-Initiative und lud junge Unternehmen ein, sich mit ihren Produkten um eine Platzierung bei SPAR zu bewerben. Aus der jahrelangen Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Lieferanten hat SPAR umfangreiches Know-How und gilt in der Branche als verlässlicher und fairer Partner auf Augenhöhe. Gemeinsam mit SPAR sind bereits zahlreiche Unternehmer groß geworden und haben den Durchbruch geschafft. Seit dem Frühjahr 2018 können auch kreative und erfindungsfreudige Jungunternehmer auf diese Expertise zurückgreifen und erhalten ein breites Spektrum an Unterstützung. Gründer profitieren in den Bereichen Produkt- und Designentwicklung, Qualitätsmanagement, Produktion und Vermarktung von der SPAR-Expertise und können die österreichweite Distribution nutzen.

Nach den bekannten Food-Start-ups rund um die Marken Fritz Kola, Club Mate, Veganz, Neni und Nussyy finden sich nun auch weitere Neuigkeiten exklusiv in den SPAR-Märkten: Der revolutionäre NEOH-CrossBar vereint den Geschmack eines Schoko- mit den Nährwerten eines Fitnessriegels. INSPIRITI revolutioniert auf köstliche Weise die Welt der Lifestyle-Drinks mit einem extrem zuckerarmen, frisch aufgebrühter Grüntee mit Holunderbeeren- und Granatapfelsaft ohne künstliche Farb- oder Konservierungsstoffe.

6.4. Sport-Sponsoring

Den Schwerpunkt beim Sport-Sponsoring legen SPAR und Hervis auf den Volkssport Laufen. Unter anderem ist SPAR Namensgeber und Hautsponsor des SPAR Budapest Marathons, an dem 2018 wieder über 30.000 Läufer teilnahmen. Der Marathon mit 100.000 Fans und Besuchern ist die größte Freizeitsportveranstaltung Ungarns.

Bereits seit 18 Jahren arbeitet SPAR erfolgreich mit dem slowenischen Basketballverband zusammen und ist stolzer Sponsor der slowenischen Basketballnationalmannschaft sowie des SPAR-Klub-Pokals der nationalen Liga. Sowohl die weiblichen und männlichen Spitzenteams als auch die U16-, U18- und U20-Nachwuchsmannschaften kämpfen unter dem SPAR-Logo um internationale Erfolge.

Hervis ist als Sportfachhändler prädestiniert für die Unterstützung von Sportveranstaltungen und nimmt diese Aufgabe auch vielfach wahr. Unter anderem ist Hervis Hauptsponsor der größten österreichischen Laufveranstaltung, dem Vienna City Marathon. Aber auch kleinere Laufveranstaltungen in allen Ländern sind Teil der Hervis-Initiative #getmovin.

In Italien legt SPAR einen Schwerpunkt auf das Sponsoring von regionalen Eishockey- und Fußball-Vereinen, aber auch Basketball- und Volleyball-Teams tragen das Logo von SPAR am Trikot. Eine der größten Unterstützungen erging 2018 an den Serie A-Verein Udinese Calcio sowie an die weltweit größte Segelragatta Barcolana im Golf von Triest.

Für den Nachwuchs im Skisport engagiert sich SPAR in Österreich und unterstützt seit mehreren Jahren den Kinder-Schnee-Tag des Österreichischen Skiverbands. Am Aktionstag in Hinterstoder konnten 1.000 Kinder für Ski alpin, Langlauf, Snowboarden oder einfach nur spielerische Aktivitäten im Schnee begeistert werden. Zusätzlich zu Großveranstaltungen sponsern vor allem die SES-Shopping-Center regionale Sportvereine rund um die Einkaufszentren. Von Fußball- über Eishockey- bis Tischtennisvereinen werden in ihrer Tätigkeit für Bewegung und Volksgesundheit unterstützt.

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

6.5. SES schafft gesellschaftliche und kulturelle Zentren

SES entwickelt Center meist dort, wo bereits traditionell Handel stattgefunden hat und konzentriert sich auf Lagen in Stadtzentren und auf Stadtteilzentren, die eine optimale Verkehrserschließung sowohl für Öffentlichen- als auch Individual-Verkehr ermöglichen. Urbanität, langfristige Partnerschaften und wohlüberlegte Investitionsentscheidungen sind Kern dieser Erfolgsstrategie. Ziel ist es, Handel zu den Menschen zu bringen und sinnvolle Strukturen zu schaffen, im Einklang mit den Kommunen. Daher sind SES-Shopping-Centers nicht nur Einkaufsorte, sondern Stadtteilzentren mit kommunaler Infrastruktur, Treffpunkt für Jung und Alt und Schauplatz kultureller Highlights. Aushängeschild der SES und Benchmark für viele andere Center im In- und Ausland ist der Salzburger EUROPARK. Ne-

ben öffentlichen Einrichtungen, wie einer Polizeiinspektion und Nachversorgung durch Apotheke, Dienstleistungsbetriebe und INTERSPAR, wartet das führende Shopping-Center in der Region mit einer eigenen, durchgehend bespielten Bühne für Kulturveranstaltungen auf. Im „OVAL – Die Bühne im EUROPARK Salzburg“ finden seit der Eröffnung 2005 an über 200 Tagen im Jahr Konzerte internationaler Künstler, Kinovorstellungen und Vorträge statt. Bis zu 230 Besucher fasst der technisch bestens ausgestattete Veranstaltungsraum. Jüngstes Beispiel für ein Stadtteilzentrum ist das gerade in Bau befindliche neue Shopping-Center ALEJA in Ljublijana-Siška werden, auf dessen Dach beispielsweise ein öffentlich zugänglicher Fitness-Park geplant ist.

6.6. Kundeninformation für nachhaltige Lebensweise

Für die beständige Änderung des Kaufverhaltens hin zu Produkten, die aufgrund ihrer Produktionsbedingungen, Umweltauswirkungen oder positiver Eigenschaften für das Wohlbefinden besser als andere sind, reicht nicht das reine Angebot. Dazu braucht es auch die Kommunikation dieser Vorteile und Empfehlungen für eine nachhaltigere Lebensweise für alle Konsumentinnen und Konsumenten. Daher nutzt SPAR unterschiedlichste eigene Medien und öffentliche Kampagnen für die Information zu neuen Produkten, ausgewogener Ernährung und verantwortungsvollem Verhalten.

In Österreich ist SPAR Mahlzeit! das reichweitenstärkste Unternehmensmedium im Lebensmitteleinzelhandel mit rund zwei Millionen Lesern pro Ausgabe. Sechsmal jährlich per Post zu Hause oder im Markt und an 365 Tagen online informiert SPAR Mahlzeit! über aktuelle Ernährungstrends und nachhaltige Initiativen von SPAR. Themen sind beispielsweise die negative Umweltauswirkung von Palm-Anbau, die Möglichkeiten für nachhaltigeren Fisch-Einkauf und die Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung, die Konsumenten selbst setzen können. Zusätzlich zum Kundenmagazin widmet SPAR zweimal jährlich ein gesamtes Flugblatt „grünen“ Produkten. Das SPAR-Flugblatt geht per Post an rund zwei Millionen Haushalte in Österreich und bewirbt ausschließlich Produkte, die einen nachhaltigen Mehrwert haben, weil sie beispielsweise biologisch angebaut sind, aus verantwortungsvoller Fischerei stammen oder zum Klimaschutz beitragen.
Eine eigene App zur Verbesserung des eigenen Wohlbefindens und Lebensstils hat SPAR Ungarn entwickelt. Zielgruppe sind all jene Kunden, denen der erste Schritt zur Verbesserung der eigenen Gesundheit bisher noch schwergefallen ist. Experten aus unterschiedlichen Bereichen haben für das 30-tägige Programm Rezepte, Trainings und praktische Tipps zur Erreichung der persönlichen Ziele zusammengestellt. Die Zubereitung der Gerichte und die richtige Durchführung der Sporteinheiten zeigen Kurzvideos mit der Diätologin Katalin Turcsák und den Fitnesstrainern Panni Bakonyi und Marci Bene.

DESPAR Italien setzt bei den Jüngsten an und vermittelt ihnen und indirekt auch deren Familien auf spielerische Weise die Vorteile qualitativer Lebensmittel. Das Programm „Le buone

abitudini“ besteht einerseits aus einer für Kinder geeigneten Website mit Spielen, Rätseln und Lernunterlagen und andererseits aus einem Programm für Schulen. Speziell auf Ernährung geschulte Pädagogen besuchen Grundschulen und bringen den Kindern an mehreren Stationen Ernährungsthemen näher. 682 Schulklassen mit rund 16.000 Schülerinnen und Schülern, 686 Lehrerinnen und Lehrern in 44 Gemeinden nehmen im Schuljahr 2017/18 am Programm teil. Über dieses Programm und andere Maßnahmen für einen bewussteren Lebensstil informiert DESPAR mit dem Programm Casa di Vita und dem dazugehörigen vierteljährlich erscheinenden Magazin „Di Vita“. Mit Videoanleitungen für Fitnessprogramme, saisonalen Rezepten und Informationen aus der Region werden Kundinnen und Kunden zu nachhaltigerem Lebensstil bewegt.

Jeder Slowene wirft jährlich 73 kg Lebensmittel weg. SPAR Slowenien kreierte daher die Kampagne „Last uns schlechte Gewohnheiten wegschmeißen“, mit der Kunden motiviert wurden, ihre schlechten Angewohnheiten wegzuwerfen und somit die Menge an weggeworfenen Lebensmittel zu verringern. Die Kampagne lief auf allen Medienkanälen – von TV, über Zeitungen bis zum Web-Auftritt, wo SPAR Tipps und Vorschläge anbot, wie Menschen ihre schlechten Angewohnheiten ändern können. Auch auf sozialen Medien wie Instagram und Facebook wurden die Tipps unter dem Hashtag #zavrzimoslabenavade ausgespielt.

In Ungarn haben SPAR und die Bay Zoltán Angewandten Forschungs-, gemeinnützigen Non-Profit GmbH gemeinsam Kunden über Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung informiert. An zwei stark frequentierten INTERSPAR-Hypermärkten informierten Hostessen an drei Wochenenden über die Bedeutung des Haltbarkeitsdatums, richtige Lagerung von Lebensmitteln und Möglichkeiten zur Verwertung. Die Aktion fand im Rahmen der EU-geförderten Initiative STREFOWA statt.

In vielen Fällen, wie beispielsweise bei der Reduktion von Palmöl in Eigenmarken-Produkten oder bei der Initiative für weniger Zucker tragen solche Informationen gemeinsam mit starker Bewerbung auch Früchte. In manchen Fällen, wie bei der Etablierung des Tierwohl-Sortiments bei Schweinefleisch, bleiben jedoch trotz inhaltlichen Mehrwerten und Kommunikation dieser Vorteile, andere Faktoren wie der Preis für den Einkauf maßgeblich.

7. GRI-Inhaltsindex

Grundlagen		
GRI 101: Grundlagen (2016)		
Allgemeine Angaben		
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	102-1: Name der Organisation	SPAR HOLDING AG
	102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Handel mit Lebensmitteln, Sport- und Modeartikeln sowie Errichtung, Betrieb und Management von Shopping-Centern
	102-3: Ort des Hauptsitzes	Salzburg
	102-4: Betriebsstätten	S. 7
	102-5: Eigentum und Rechtsform	S. 7
	102-6: Bediente Märkte	S. 7
	102-7: Größenordnung der Organisation	S. 8, https://www.spar.at/de_AT/index/unternehmen/daten_fakten/finanzdaten.html
	102-8: Information über Angestellte und andere Mitarbeiter	S. 51ff Es gibt keinen signifikanten Anteil von Arbeiten, die von Leiharbeitern durchgeführt werden.
	102-9: Lieferkette	S. 44
	102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 8
	102-11: Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	S. 44
	102-12: Externe Initiativen	BSCI, GLOBAL G.A.P., IFS, BRC, ÖGNI, Fur Free Retailer, Verein Arche Noah, ARGE Nachhaltigkeitsagenda, ARGE Gentechnikfrei, Verband der Tafeln Österreichs
	102-13: Mitgliedschaft in Verbänden	Wirtschaftskammer, Handelsverband, EuroCommerce, SPAR International, respACT, ARGE Gentechnikfrei, ARGE Nachhaltigkeit, Council für nachhaltige Logistik, Verein Donau Soja
	102-14: Aussagen der Führungskräfte	S. 5f
	102-15: Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 9f
	102-16: Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	S. 14, 17ff
	102-18: Führungsstruktur	S. 15
	102-40: Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 16
	102-41: Tarifverhandlungen	In Österreich gesetzlich geregelt, daher 100%, in übrigen Ländern keine kollektivvertragliche Regelung
	102-42: Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	S. 15
	102-43: Ansatz für Stakeholdereinbeziehung	S. 16

	102-44: Schlüsselthemen und Anliegen	S. 16
	102-45: Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	S. 15, Berichtsgrenzen stimmen mit dem Konzernabschluss nach IFRS überein.
	102-46: Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	S. 16
	102-47: Liste der wesentlichen Themen	S. 17ff, Kundengesundheit und -sicherheit GRI 416, Produkt-Verantwortung GRI G4-FP, Schutz von Kundendaten GRI 418, Umweltbewertung von Lieferanten GRI 308, Soziale Bewertung von Lieferanten GRI 414, Tierwohl GRI G4-FP, Marketing und Kennzeichnung GRI 417, Sozioökonomische Compliance GRI 419, Umwelt-Compliance GRI 307, Korruptionsbekämpfung GRI 205, Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 206, Energie GRI 302, Emissionen GRI 305, Abfälle GRI 306, Vielfalt und Chancengleichheit GRI 405, Gleichbehandlung GRI 406, Aus- und Weiterbildung GRI 404, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz GRI 403, Beschäftigung GRI 401, Wirtschaftliche Leistung GRI 201
	102-48: Neuformulierung der Informationen	keine
	102-49: Änderungen bei der Berichterstattung	Die wesentlichen Themen haben sich nicht verändert. Bei relativen Energieverbräuchen und Emissionen werden nur noch Verbräuche von Filialstandorten herangezogen, da für Zentralen, Großhandel und Produktionsbetriebe der Anteil für selbstständige Einzelhändler nicht gesondert ermittelt werden kann.
	102-50: Berichtszeitraum	1.1.-31.12.2018
	102-51: Datum des aktuellsten Berichts	Juni 2018
	102-52: Berichtszyklus	Jährlich
	102-53: Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Lukas Wiesmüller, Leiter Nachhaltigkeit Lukas.wiesmueller@spar.at
	102-54: Aussagen zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 15
	102-55: GRI Inhaltsindex	S. 89
	102-56: Externe Prüfung	S. 95, Zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit sowie Vergleichbarkeit wurde der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht durch die Ernst & Young Wirtschaftprüfungsgesellschaft m.b.H. einer Prüfung mit begrenzter Prüfsicherheit unterzogen.

Wesentliches Thema: Bewusste Ernährung

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 17f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 17f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 17f

GRI G4 FP: Produktverantwortung (2014)	**FP6: Anteil an Produkten, die reduziert an gesättigten Fettsäuren, Transfetten, Salz oder Zucker sind**	S. 32ff; Eine genauer Anteil kann aufgrund fehlender Vergleichswerte nicht angegeben werden.

Wesentliches Thema: Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 18f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 18f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 18f
GRI 204: Beschaffungspraktiken (2016)	204-1: Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	S. 31, Ein genauer Anteil kann aufgrund des umfassenden und sich ständig verändernden SPAR-Sortiments nicht angegeben werden.
GRI 304: Biodiversität (2016)	304-2: Signifikante Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten oder Dienstleistungen auf die Biodiversität	S. 41, S. 42
GRI G4 FP: Tierwohl	FP12: Strategie und Praxis zur Behandlung mit Antibiotika, Antiphlogistika, Hormonen und/oder wachstumsfördernden Mitteln.	S. 39, Thema ist nur in Österreich wesentlich. Hier bietet SPAR bei Schweinen, Rindern und Hühnern ausschließlich Frischfleisch mit AMA-Standard an, der Vorgaben zu Arzneimittelbehandlung über dem gesetzlichen Standard beinhaltet. Weitere Angaben sind in Österreich gesetzlich geregelt. Die Tierwohl-Diskussion geht in Österreich über Angaben zu Medikamentengaben weit hinaus. Relevant bei Tierwohl sind Haltungsform und Platzangebot, für die der GRI-Standards keine Vorgaben macht.
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten (2016)	**308-1: Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden**	S.45, Daten stehen nicht zur Verfügung. Ein Kennzahlensystem zur Risikobewertung von Lieferanten und Nachweisen von Umwelt- und Sozialkriterien befindet sich bei SPAR und Hervis im Aufbau.
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten	**414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden**	

Wesentliches Thema: Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 19f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 19f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 19f
GRI 416: Kundengesundheit und Kundensicherheit (2016)	416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 44, 100 % – SPAR ist gesetzlich verpflichtet sicherzustellen, dass alle in Verkehr gebrachten Produkte gesundheitlich unbedenklich sind. Das SPAR-Qualitätsmanagement prüft laufend das gesamte Sortiment und führt zusätzlich anlassbezogen Schwerpunktkontrollen durch.

	416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	Bei routinemäßigen Qualitätskontrollen wurden 2018 konzernweit bei drei, in Österreich bei zwei, in Ungarn bei 17, in Italien bei vier und in Slowenien bei einem Produkt Verunreinigung oder Qualitätsmängel festgestellt, die eine Gesundheitsgefährdung dargestellt haben. Die Produkte wurden zur Sicherheit von Kunden umgehend aus dem Verkauf genommen. Relevante Strafen aufgrund von Gesundheitsgefährdungen gab es nicht.
GRI 418: Schutz von Kundendaten (2016)	**418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten**	S. 48, Im Berichtszeitraum keine Verstöße.

Wesentliches Thema: Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 20f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 20f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 20f
GRI 205: Korruptions-bekämpfung (2016)	**205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen**	Im Anlassfall prüft die Konzernrevision mögliche Korruptionsfälle im Auftrag des Holding-Vorstandes. Im Berichtszeitraum gab es keine bestätigten Korruptionsfälle.
GRI 206: Wettbewerbs-widriges Verhalten (2016)	**206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung**	In Ungarn ist ein Verfahren aus dem Jahr 2016 wegen möglichen wettbewerbswidrigem Verhalten bei der Wettbewerbsbehörde anhängig.
GRI 307: Umwelt-Compliance (2016)	**307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen**	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung (2016)	417-1 Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände, die SPAR vertreibt, unterliegt umfangreichen europäischen und österreichischen Kennzeichnungsvorschriften, deren Darstellung im Zuge des Nachhaltigkeitsberichts den Rahmen sprengen würde.
	417-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.
	417-3 Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.
GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016)	**419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich**	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.

Wesentliches Thema: Diversity und Chancengleichheit

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 21f

	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 21f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 21f
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit (2016)	**405-1 Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten**	S. 55
	405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	S. 57f
GRI 406: Gleichbehandlung	**406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen**	S. 57f
SPAR KPI: Mitarbeiter-befragung	Beteiligung an Mitarbeiterbefragung	S. 66

Wesentliches Thema: Qualifikation der Mitarbeitenden

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 22f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 22f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 22f
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)	**404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestelltem**	S. 61
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 57
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	S. 58**Fehler! Textmarke nicht definiert.**, Mit allen Mitarbeitenden werden im jährlich stattfindenden Mitarbeitergespräch ihre Entwicklung und ihre Ausbildungsmöglichkeiten besprochen.
SPAR KPI: Ausbildung	Erfüllungsgrad der Soll-Ausbildung	S. 57

Wesentliches Thema: Arbeitgeber-Attraktivität

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 23f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 23f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 23f
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (2016)	201-1: Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	www.spar.at/de_AT/index/unternehmen/daten_fakten/finanzdaten.html
	201-3 Verpflichtungen aus leistungsorientierten und anderen Pensionsplänen	S. 65, in allen Ländern sind Pensionszahlungen gesetzlich geregelt. Mittel für die freiwillige Zusatzpension in Österreich werden von unabhängigen Finanzdienstleistern verwaltet.

GRI 202: Marktpräsenz (2016)	202-1 Verhältnis der nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	Einstiegsgehälter orientieren sich in Österreich am Kollektivertrag und sind nicht geschlechterspezifisch differenziert. In den übrigen Ländern orientieren sich Eintrittsgehälter am gesetzlich geregelten Mindestlohn.
GRI 401: Beschäftigung (2016)	**401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation**	S. 52
	401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	S. 65, Alle Vorteile für Mitarbeitende gelten unabhängig von Anstellungsverhältnis und Anstellungsdauer.
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (2018)	**403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle**	S. 64

Wesentliches Thema: Energieverbrauch und Klimaschutz, Abfall

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 24f
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 24f
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 24f
GRI 302: Energie (2016)	**302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation**	S. 70f
	302-3: Energieintensität	S. 70f
GRI 305: Emissionen (2016)	**305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)**	S. 77f
	305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 77f
	305-4: Intensität der THG-Emissionen	S. 77f
GRI 306: Abwasser und Abfälle (2016)	**306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren**	S. 80, Daten stehen nicht zur Verfügung, Berichtswesen für Abfallsammlung in Aufbau bis 2021, daher derzeit keine ausreichend belastbaren Informationen für vollständige Angabe.

Wesentliches Thema: Umgang mit Lebensmitteln

GRI 103: Management Ansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	S. 26
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 26
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	S. 26
SPAR KPI	**Märkte mit Sozialkooperationen**	S. 83ff

Fett gedruckte Indikatoren sind wesentlich.

An den Vorstand der SPAR Holding AG

Bericht über die unabhängige Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung

Unabhängige Prüfung der Aussagen und Daten der nichtfinanziellen Berichterstattung 2018 der SPAR Holding AG

Auftragsgegenstand

Wir wurden von der SPAR Holding AG mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend **„Prüfung"**) der Aussagen und Daten zur nichtfinanziellen Berichterstattung 2018 (nachfolgend **„Berichterstattung"**) der SPAR Holding AG, nach den GRI-Standards, Kern-Option, erstellt, beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Berichterstattung wie folgt:

„Nachhaltigkeitsbericht 2018" im pdf-Format hinsichtlich der Angaben und Verweise vom GRI-Inhaltsindex in die Berichterstattung.

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

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

Klarstellungen des Prüfauftrages

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

Kriterien

Wir beurteilten die Informationen in der Berichterstattung auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2018 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend **„die Kriterien"**):

Anforderungen gemäß den GRI-Standards[1]

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

Verantwortung des Managements

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

Unsere Verantwortung

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

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

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

Gemäß der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe"[2] 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 Holding AG und etwaigen Dritten insgesamt EUR 726.730.

Unsere Vorgehensweise

Wir haben alle erforderlichen Prüfungshandlungen durchgeführt, um eine ausreichende und geeignete Basis für unser Urteil sicherzustellen.

[1] https://www.globalreporting.org/standards

[2] Fassung vom 18. April 2018, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Kapitel 7. http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB_2018_de.pdf

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 bezüglich der geprüften Berichtsinhalte, welche die Erhebung der Informationen für die Berichterstattung unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Berichterstattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;
- Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung in der Berichterstattung;
- Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- Durchführung von stichprobenartigen Datenprüfungen auf Standortebene hinsichtlich Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Aktualität;
- Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet worden sind. Dies umfasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verlässlicher und vollständiger Art und Weise berichtet worden sind;
- Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen worden sind, über welche in externen Medien Bericht erstattet worden ist und zu welchen wesentliche Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von GRI;
- Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen in der Berichterstattung auf Basis der Berichtsgrundsätze der GRI-Standards und
- Beurteilung, ob für die Kern-Option die GRI-Standards konform angewendet wurden.

Unsere Bestätigung

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

Wien, 07. Juni 2019

Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Mag. Stefan Uher **ppa. Dr. Christine Jasch**

Impressum

Herausgeber:
SPAR Österreich-Gruppe
Europastraße 3
5015 Salzburg

Für den Inhalt verantwortlich
Mag. Nicole Berkmann

Redaktion
Mag. Lukas Wiesmüller

Kontakt
Mag. Nicole Berkmann, Leiterin konzernale PR und Information, nicole.berkmann@spar.at
Mag. Lukas Wiesmüller, Leiter Nachhaltigkeit, lukas.wiesmueller@spar.at

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