

SPAR HOLDING NACHHALTIGKEITSBERICHT 2019



Inhalt

1.	VORWORT DES VORSTANDS				
2.	DIE SPAR ÖSTERREICH GRUPPE	6			
2.1.	Säulen der SPAR Holding	6			
2.2.	Erfolgreiches Geschäftsjahr 2019				
2.3.	Aktuelle Entwicklungen im Handel	7			
2.3.1.	Risikobewertung der SPAR HOLDING	8			
2.3.2	Chancen und Risiken aus Nachhaltigkeitssicht	8			
2.3.3					
2.4.	Nachhaltigkeit bei SPAR				
2.4.1.					
2.4.2		13			
2.4.3		14			
2.4.4					
2.5.	Management-Ansätze zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen				
2.5.1					
2.5.2					
2.5.3					
2.5.4					
2.5.5					
2.5.6		22			
2.5.7					
2.5.8.					
2.5.9		24			
2.5.1					
2.6.	Übersicht der SPAR-Ziele	2			
2	VERANTWORTUNGSVOLL HERGESTELLTE PRODUKTE	20			
3. 3.1.	Nahversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln	ىد			
3.1.	Zucker: SPAR-Initiative für bewusste Ernährung				
3.3.	Weniger Salz in SPAR-Eigenmarken				
3.4.	Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung				
3.5.	Vegetarische und vegane Ernährung				
3.6.	Palmöl-Verzicht bei SPAR-Eigenmarken				
3.7.	Verpackungsreduktion				
3.7.1					
3.7.2					
3.7.3					
3.7.4		42			
3.8.	Tierwohl				
3.8.1.	. Verbot von Käfigeiern	43			
3.8.2		44			
3.8.3		44			
3.9.	Verantwortungsvollster Fischhändler Österreichs				
3.10.					
3.11.	Alte Sorten erhalten	45			
3.12.	Einsatz gegen neue Züchtungstechniken	46			
3.13.		46			
3.14.					
3.15.					
3.15.					
3.15.3					
3.15.3					
3.15.					
3.16.					
3.16.					
3.16.3					
3.16.3					
3.16.					
3.17.					
3.18.	Schutz von Kundendaten	53			
4. MITARBEITENDE BEI SPAR54					
4.1.	Neue Mitglieder der SPAR-Familie				
4.2.	Vielfalt unter den Mitarbeitenden	61			
4.3.	Qualifikation der Mitarbeitenden				
	SPAR Education Power Program SEPP				

4.3.2.	Berufseinsteiger: Ausbildung von zukünftigen Fachkräften	
4.3.3.	Management-Nachwuchs	
4.4.	Mitarbeitergesundheit	
4.5.	Zusatzleistungen für Mitarbeitende	69
4.5.1.	Vereinbarkeit von Beruf und Familie	
4.5.2.	Ehrungen für langjährige Mitarbeitende	69
4.5.3.	Einkaufsvorteile und Essenszuschüsse	69
4.6.	Mitarbeiterbefragung	70
	ENERGIE UND UMWELT	
5.1.	SPAR-Energiepolitik	72
5.2.	Energie-Effizienz	72
5.2.1.	Moderne Kälteanlagen	72
5.2.2.	LED-Beleuchtung	73
5.2.3.	Umstellung von Heizanlagen	73
5.3.	Stromeinsparungen bei steigendem Komfort	74
5.4.	Erneuerbare Energie	77
5.4.1.	Strom selbst erzeugen	77
5.4.2.	Biomasse nutzen	77
5.5.	Lagerlogistik	
5.5.1.	Effizienzsteigerung durch Automatisierung	78
5.5.2.	Logistik-Standards	
5.5.3.	Mehrweg-Systeme in der Logistik	78
5.6.	Transportlogistik	79
5.6.1.	Moderne Flotte, effizienter Einsatz	79
5.6.2.	Neue Antriebstechniken	79
5.7.	Kundenmobilität	80
5.8.	Reduktion von CO ₂ -Emissionen	81
5.9.	Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling	85
5.9.1.	Wertstoffsammlung bei SPAR	
5.9.2.	Wertstoffsammlung für Haushalte	86
6. (GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	87
6.1.	Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen	88
6.2.	Lebensmittelweitergabe an Sozialorganisationen	89
6.2.1.	Genaue Bestellungen	
6.2.2.	Abverkauf zu reduzierten Preisen	90
6.2.3.	Weitergabe an karitative Organisationen	90
6.2.4.	Altbrot-Verwertung in Österreich	91
6.2.5.	Kundeninformation zum Umgang mit Lebensmitteln	91
6.3.	Förderung von Innovationen und Unternehmergeist	92
6.3.1.	ŠTARTAJ SLOVENIJA	
6.3.2.	Hungaricool Startup-Wettbewerb	92
6.3.3.	Young & Urban	93
6.4.	Sport-Sponsoring	
6.5.	Unterstützung für Kunst und Kultur	
6.6.	Kundeninformation für nachhaltige Lebensweise	
6.7.	Sicherheit in SES-Shopping Centern	96
7. (GRI-INHALTSINDEX	97
IMPRE	ESSUM	107



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

Vorwort des Vorstands

GRI 102-14

Zu Beginn des Jahres 2020 hat sich anschaulich gezeigt, wie wichtig konsequentes nachhaltiges Handeln über viele Jahrzehnte hinweg ist. Denn besonders in den turbulenten und für den Handel besonders herausfordernden Zeiten durch die Corona-Krise konnte SPAR auf regional strukturierte Lieferketten vertrauen, hatte langjährige und verlässliche Mitarbeitende für die Betreuung der Filialen und konnte durch das laufende Angebot von sicheren und frischen Lebensmitteln die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen. In Zeiten, in denen sich Menschen wieder verstärkt mit ihren Grundbedürfnissen Ernährung und Sicherheit beschäftigen, zeigt sich, wie wichtig der Lebensmittelhandel und damit die SPAR Österreich Gruppe ist. An rund 3.200 Standorten in acht Ländern und mit rund 85.000 Mitarbeitenden sichert SPAR die Grundversorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs. Mit einem Umsatz von über 15,7 Mrd. Euro hat SPAR eine bedeutende Größe über österreichische Grenzen hinaus erreicht.

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. Bereits seit der Gründung der

SPAR Österreich vor über 65 Jahren verfolgen wir sehr konsequent ein nachhaltiges Handeln in all diesen Bereichen.

Der Schwerpunkt in der Sortimentsstrategie lag im vergangenen Jahr einerseits auf gesünderer Ernährung, andererseits auf der Reduktion von Verpackungen. In beiden Schwerpunkten erzielte SPAR besonders in Österreich, aber auch in den verbundenen Länder-Einheiten entscheidende Erfolge. Durch konsequente Änderungen der SPAR-Eigenmarken-Rezepturen konnten wir insgesamt über 1000 Tonnen Zucker einsparen, bis Ende 2021 werden wir die Einsparung verdoppeln. Palmöl haben wir aus 99 Prozent der SPAR-Eigenmarken-Produkte verbannt. Und auch Salz in Eigenmarken-Produkten wird bereits in einigen Ländern deutlich reduziert. Durch all das tragen unsere SPAR-Eigenmarken-Produkte zu einer gesünderen Ernährung bei. Im Interesse von Umwelt und Kunden reduziert SPAR Verpackungen laufend, wo dies sinnvoll möglich ist. 2019 hat SPAR in Österreich unter dem Motto "Gemeinsam Plastik sparen mit SPAR" auf Erfolge wie die Einführung von wiederverwendbaren Netzen für Obst und Gemüse, die Umstellung von Plastik- auf Papierverpackungen, das größte Angebot an Getränken in Mehrweg-Glasflaschen im flächendeckenden österreichischen Lebensmittelhandel sowie die nahezu verpackungsfreie

Feinkost-Bedienung hingewiesen. Denn Plastik sparen ist nur gemeinsam mit Lieferanten und Kunden möglich. Diese Strategie – Verpackungen wegzulassen, wo sinnvoll möglich, ihre Stärke zu reduziert oder Alternativen zu finden – verfolgen wir auch weiterhin in allen Ländern.

Neben den frischen Produkten sind wertschätzende, freundliche, verlässliche und kompetente Mitarbeitende ein Hauptgrund für Kunden, bei SPAR einzukaufen. Sie sind die Grundlage für unseren Erfolg und haben besonders Anfang 2020 bewiesen, wie stark der Zusammenhalt in der SPAR-Familie ist. Die Verbundenheit und Treue der Mitarbeitenden zu SPAR hat sich in der physisch und psychisch herausfordernden Zeit von Hamsterkäufen, Maskenpflicht und gehobenen Hygieneanforderungen durch die Corona-Krise besonders deutlich gezeigt. Die Mitarbeitenden stehen zu SPAR und empfehlen SPAR als Arbeitgeber weiter, wie sich auch in der bisher größten Mitarbeiter-Befragung der Unternehmensgeschichte klar gezeigt hat. Eine Herausforderung bleibt trotz dieser hohen Zufriedenheit der bestehenden Mitarbeitenden auch in Zukunft die Suche nach qualifizierten Neueinsteigern, 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.

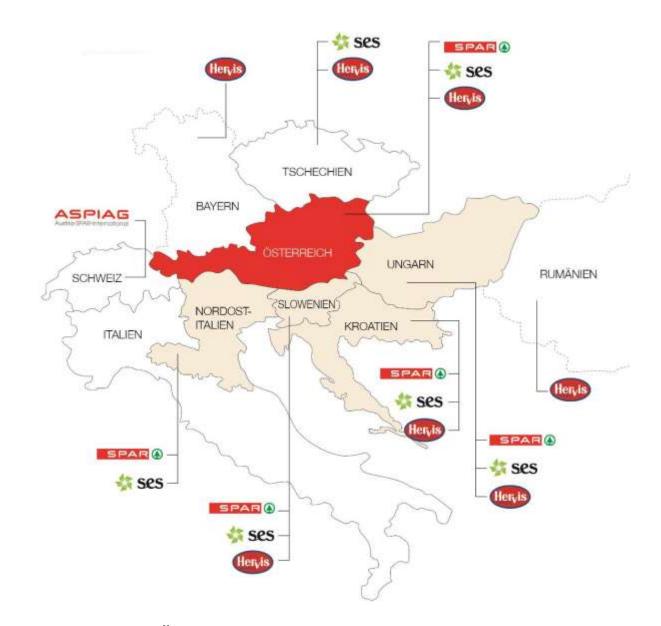
Im Bereich Energie und Technik arbeitet SPAR laufend an der Modernisierung der Märkte und setzt dafür Beleuchtungs-, Heizund Kältetechnik am neuesten Stand ein. Durch Effizienzsteigerung halten wir in SPAR-Märkten bei steigender Ausstattungs- und Aufenthaltsqualität die Energieverbräuche kon-

stant oder senken 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 Energieträger austauschen will. Dafür beteiligt sich SPAR als Praxispartner an mehreren Forschungsprojekten zu Elektround Wasserstoff-Antrieben für schwere Nutzfahrzeuge.

Zusätzlich zur nachhaltigen Gestaltung von Lieferketten, der Beziehungspflege zu Mitarbeitenden und der Modernisierung von Standorten nimmt SPAR auch die Verantwortung für die Gesellschaft in Form von Spenden und Sponsorings wahr. Insgesamt spendete SPAR 2019 rund 2,6 Mio. Euro für Sport- und Kulturveranstaltungen, rund 1,2 Millionen für regionale, soziale Zwecke, gab rund 900.000 Euro an Kundenspenden an Hilfsorganisationen weiter und übergab Lebensmittel im Wert von rund 25 Mio. Euro an Sozialorganisationen. Außerdem nutzen wir unsere Kommunikationskanäle wie Kundenmagazine, Flugblätter und Social Media-Auftritte mit Millionen an Lesern zur Information an Kundinnen und Kunden über nachhaltigere Lebensweise, gesündere Ernährung und Wege zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.

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



2. Die SPAR Österreich Gruppe

SPAR feierte 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 (inkl. SPAR-Einzelhändlern) 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 102-2

GRI 102-1

GRI 102-3

GRI 102-5

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

GRI 102-6

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 2019

GRI 102-7

GRI 102-10

Die SPAR Österreich-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2019 mit rund 2.000 eigenen Märkten und Centern und über 1.200 Märkten selbstständiger Einzelhändler einen Gesamtumsatz inklusive selbstständigem SPAR-Einzelhandel von 15,72 Milliarden Euro erwirtschaftet und damit eine erneute Steigerung von 4,7 Prozent erreicht. Rund 87.000 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 2019 vorwiegend durch eigene Expansion und Wachstum auf bestehender Fläche. Insgesamt 41 zusätzliche Lebensmittelmärkte und 16 zusätzliche Hervis-Standorte eröffnete die SPAR-Gruppe im Jahr 2019. Weitere 56 Lebensmittel-Filialen und Hervis-Märkte konnte SPAR erweitern oder erneuern. Zusätzlich wurden 68 Standorte von SPAR-Einzelhändlern neu- oder umgebaut. SES übernahm die Mehrheitsanteile des Shopping-Centers King Cross in Zagreb. Dieses wird damit auch im Nachhaltigkeitsbericht der SPAR Holding AG reportet. SES veräußerte Anteile am EUROPARK Prag, der somit nicht mehr vollkonsolidiert wird und aus dem Bericht fällt. Vorjahreswerte werden jedoch um diese Veränderungen nicht bereinigt.

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. 2019 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 2019 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. Einen speziellen Fokus legte Hervis 2019 auf nachhaltig produzierte Textilien und stellte unter der Eigenmarke Kilimanjaro eine Linie von Shirts und Jacken vor, die aus nachwachsenden oder recycelten Materialien produziert wurde.

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. Risikobewertung der SPAR HOLDING

GRI 102-15

Eine Verschärfung der Wettbewerbssituation, der enorme Preisdruck insbesondere im Lebensmittel- und Sportfachhandel und der Verlust von Marktanteilen, Imageschäden durch Menschen- oder Umweltrechtsverletzungen in der volatilen Lieferkette oder Lieferausfälle durch Naturkatastrophen stellen nur einige der relevanten Risiken für die Ergebnissituation in den einzelnen Ländern dar. Daher hat SPAR gemeinsam mit externen Partnern die Risiken auf Basis einer Risikoinventur evaluiert. Verantwortliche aus dem technischen und kaufmännischen Bereich haben potentielle Risiken benannt, die anschließend konsolidiert und kattegorisiert wurden.

Unter anderem wurden Risiken durch das politische Umfeld, Konkurrenz in bestehenden und neu erwachsenden Geschäftsfeldern, Technologieentwicklungen, eine Veränderung des Lifestyles, Naturkatastrophen und die Verfügbarkeit von Energie und Rohstoffen

einbezogen. In einem weiteren Schritt wurden die erhobenen und bewerteten Risiken in das Audit Risk Model einbezogen. Auf Risiken mit dem potentiell höchsten Schaden und einer großen Eintrittswahrscheinlichkeit haben sich SPAR-Vorstand und -Revision konkreter vorbereitet und entsprechende Mitigationsmaßnahmen getroffen.

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

2.3.2. 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 – allen voran die weltweite Klimaerwärmung, die es unter 1,5°C zu halten gilt. Die SDGs 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 die Zucker-Raus-Initiative und Tierwohl-Maßnahmen bei Masttieren, der Aufzucht von männlichen Bio-Küken und der Verbannung von Palmöl aus Eigenmarken-Produkten. 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.

Klimaerwärmung und ihre Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion

Die letzten Sommer gehen als wärmste in die Messgeschichte ein. Die Temperaturen lagen abermals über dem Langzeit-Durchschnitt. Die Folgen für die Landwirtschaft waren Ernteausfälle in Rekordhöhe, wie die Österreichische Hagelversicherung meldete. Experten rechnen aufgrund der Klimaveränderung im Ackerbau mit Ernteeinbußen von 10 bis 15 Prozent. Die Auswirkungen von Klimaveränderungen sind also bereits in den Ländern zu spüren, in

denen SPAR tätig ist. Nach Berechnungen einer Studie im Auftrag des BMLFUW verursacht der Klimawandel bereits jetzt allein in Österreich Kosten von einer Milliarde Euro jährlich¹.

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.

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

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 schlechten Recyclingquoten 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.



2.1 "Bis 2030 den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen ... ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben."

SPAR stellt die Nahversorgung mit sicheren und geprüften Lebensmitteln in allen Regionen sicher, in denen die SPAR HOLDING AG tätig ist. Besonders für Menschen mit niedrigem Einkommen bietet SPAR Eigenmarken-Produkte im Preis-Einstiegssegment und spendet unverkäufliche Lebensmittel zur Weitergabe an Bedürftige.

2.2 "Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden…"

SPAR arbeitet laufend an der Anpassung von Rezepturen, um Zucker, Salz sowie Palmöl aus den SPAR-Eigenmarken zu entnehmen.



4.4 "Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen."

SPAR bietet in allen Geschäftsfeldern ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm für Mitarbeitende, das fachliche und persönliche Weiterentwicklung ermöglicht bis hin zur Selbstständigkeit als SPAR-Einzelhändler.

4.7 "Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben …"

Mitarbeitende von SPAR erhalten unter anderem Weiterbildungen zu nachhaltiger Produktion von Lebensmitteln in Form von verpflichtenden Online-Schulungen, die ihnen notwendige Kenntnisse zur Kundenberatung befähigt.



5.5 "Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen."

Rund drei Viertel der Mitarbeitenden bei SPAR sind Frauen, die auf allen Ebenen von den Märkten bis zur Geschäftsführung Führungsrollen einnehmen.



7.2 "Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen."

SPAR bezieht in Österreich und teilweise in Italien elektrische Energie aus erneuerbaren Quellen, baut die Anzahl der Photovoltaik-Anlagen auf SPAR-Gebäuden laufend aus und trägt zur Erforschung neuer Antriebstechnologien für den Güterverkehr bei.



8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit ... sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen

SPAR verpflichtet Lieferanten vertraglich zur Einhaltung der ILO Arbeitsstandards und die Einhaltung der UN-Menschenrechte.



12.3 "Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren…"

Bereits seit vielen Jahren setzt SPAR unterschiedlichste Maßnahmen, um möglichst alle Lebensmittel dem Konsum zuzuführen und

informiert Konsumenten über ihre Möglichkeiten zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. 12.4 Bis 2020 einen umweltverträglichen SPAR verpflichtet Lieferanten vertraglich zur Umgang mit Chemikalien und allen Abfäl-Einhaltung aller nationalen Umwelt-Normen len während ihres gesamten Lebenszykund -Gesetze und prüft Produkte regelmäßig lus in Übereinstimmung mit den vereinauf Rückstände. barten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken **12.5** Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wie-Bereits in der SPAR-Vertrauensdeklaration derverwertung und Wiederverwendung aus den 1970er-Jahren verpflichtet sich deutlich verringern SPAR Abfälle, die an Haushalte gehen, möglichst gering zu halten und einer sinnvollen Wiederverwendung zuzuführen. Diese Strategie verfolgt SPAR bis dato mit einem ganzheitlichen Blick auf Produktsicherheit, -haltbarkeit und -verpackung. SPAR trägt durch die Reduktion von Treib-13.1 "Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabehausgas-Emissionen entlang der gesamten dingten Gefahren und Naturkatastrophen Lieferkette zur Eindämmung von klimabein allen Ländern stärken" dingten Gefahren bei. 14.7 "Bis 2030 die sich aus der nachhalti-Besonders in Österreich setzt SPAR auf ein gen Nutzung der Meeresressourcen ergeverantwortungsvolles und extern geprüftes benden wirtschaftlichen Vorteile für die Fisch-Sortiment und führt unter anderem kleinen Inselentwicklungsländer und die Fisch-Produkte aus Fischerei-Entwicklungsam wenigsten entwickelten Länder erhöprojekten in Insel-Entwicklungsländern. hen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus." 15.5 "Umgehende und bedeutende Maß-Durch diverse Einkaufsstandards wie die nahmen ergreifen, um die Verschlechteweitgehende Vermeidung von Palmöl in Eirung der natürlichen Lebensräume zu vergenmarken-Produkten, die Bevorzugung von regionalen Lebensmitteln und die Vermeiringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 dung von Pestiziden wie Glyphosat trägt die bedrohten Arten zu schützen und ihr SPAR dazu bei, die Biodiversität zu erhalten. Aussterben zu verhindern." 16.5 "Korruption und Bestechung in allen Durch umfassende Vorkehrungen in allen reihren Formen erheblich reduzieren." levanten Bereichen des Unternehmens stellt SPAR sicher, dass Korruption unterbunden wird oder versuchte Bestechungsversuche von Externen bekannt und verhindert werden.

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-Nahund -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
- Social Leadership
- 7. Kostenführerschaft

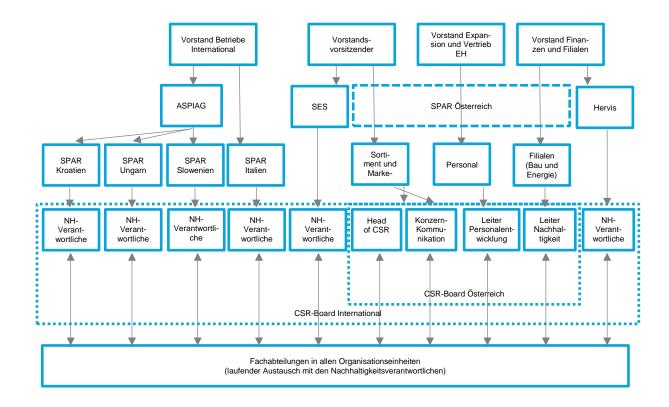
Jeder dieser Stoßrichtungen ist mit Zielen und Kennzahlen hinterlegt und wird in regelmäßigen Abständen mittels Balanced Scorecard überprüft.

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 be-

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

GRI 102-18



2.4.3. Umfasste Unternehmen dieses Berichts

Die nachhaltigen Aktivitäten aller Unterneh-

men unter dem Dach der SPAR Holding AG

werden in diesem vierten konzernalen Nachhaltigkeitsbericht für das Kalenderjahr 2019

zusammengefasst. Dieser Bericht aktualisiert

den letzten Nachhaltigkeitsbericht, der im Juni

2019 erschienen ist und wird jährlich veröffent-

GRI 102-45

GRI 102-50 GRI 102-51

GRI 102-52

licht.

GRI 102-54

GRI 102-56

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 AS-PIAG 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. Dieser Bericht wurde einer unabhängigen externen Prüfung durch die Ernst&Young Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaft mbH unterzogen.

2.4.4. Stakeholder-Einbindung und wesentliche Themen

GRI 102-40 GRI 102-42

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. Die wichtigsten Stakeholder der SPAR HOLDING sind daher:

- Kundinnen und Kunden
- Lieferanten
- Mitarbeitende
- NGOs
- Medien
- Politik und Behörden
- Eigentümer

Diese Gruppen hat SPAR in einem mehrstufigen internen Prozess bei der Erstellung der

GRI 102-44

GRI 102-46

GRI 102-43

GRI 102-47

Unternehmens-Vision definiert. Darin eingebunden waren Mitarbeitende aller Ebenen von Märkten bis zum obersten Management. Seither werden die Stakeholder regelmäßig, mindestens einmal jährlich, auf ihre Aktualität überprüft und die Liste ggf. erweitert. Anlass dazu ist der jährliche Versand des SPAR-Geschäftsberichts und des SPAR-Nachhaltigkeitsberichts.

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. Im Jahr 2019 hat es zu Verpackungsthemen mit über 800 Postings die meisten Kundenanfragen und -beschwerden gegeben, gefolgt von Fragen und Anregungen zu Lieferketten von Obst und Gemüse (über 400 Postings), Beschwerden über Lebensmittelverschwendung (150 Postings) und Qualitätsthemen (rund 100 Postings). Die Kundenrückmeldungen spiegeln die für Konsumenten wesentlichen Themen wider und finden sich bereits in den für SPAR wesentlichen Themen. 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.

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 Stakeholder-Veranstaltung 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 sind die wesentlichen Themen unverändert, Abfall und Recycling haben abermals an Relevanz gewonnen. 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. Zur Information wird in den folgenden Zusammenfassungen auch der Bezug zum Beitrag zu den SDGs hergestellt. Die strategischen Stoßrichtungen und Ziele von SPAR leiten sich jedoch nicht immer direkt von diesen ab, da weltweit gültige Ziele nicht immer auf die Länder anwendbar sind, in denen SPAR tätig ist.

Dimension Produkt

- Bewusste Ernährung
- Auswirkungen von Produkten auf Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette
- Qualität und Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen
- Geschäftsethik und korrektes Geschäftsverhalten





- Diversity und Chancengleichheit
- Qualifikation der Mitarbeitenden
- Arbeitgeber-Attraktivität





Dimension Gesellschaft

- Umgang mit Lebensmitteln
- Sponsoring

Dimension Energie

- Energieverbrauch und Klimaschutz
- Abfallvermeidung, -sammlung und -recycling

Wesentliche Themen und Zuordnung zu Kapiteln

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 Er-

nährungsempfehlungen 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.

Die gesetzten Ziele zur Zucker- und Salz-Reduktion überprüft SPAR in regelmäßigen Auswertungen des Sortiments und rechnet anhand der Reduktion am einzelnen Produkt die gesamt erzielten Einsparungen zugunsten einer gesünderen Ernährung hoch. Die gesetzten Ziele zur Entwicklung des Sortiments an biologisch hergestellten und vegetarischen Eigenmarken prüft das Produktmanagement jährlich anhand von angebotenen Produkten und erzielten Umsätzen.

Strategische Stoßrichtung

- Sortiments- & Produktführerschaft
 - o 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 2021 spart SPAR 2.000 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 (Basisiahr 2018).
- Slowenien: SPAR spart 25 Tonnen Salz in SPAR-Eigenmarkenprodukten bis 2020 ein.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 2. Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern
 - 2.2 Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden, einschließlich durch Erreichung der international vereinbarten Zielvorgaben in Bezug auf Wachstumshemmung und Auszehrung bei Kindern unter 5 Jahren bis 2025, und den Ernährungsbedürfnissen von heranwachsenden Mädchen, schwangeren und stillenden Frauen und älteren Menschen Rechnung tragen

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 und Verlust von

Biodiversität 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 Produkt-

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 Palmöl aus allen SPAR-Eigenmarken.
- Österreich: SPAR hält das Fischsortiment It. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.
- Österreich: SPAR steigert die Humus-Anbaufläche der Vertragslandwirte für Humus-Gemüse auf 1600 ha bis 2020.
- Österreich: Stetige Steigerung des Bio-Sortiments nach Anzahl und Umsatz.
- Alle Länder: SPAR verbannt Frischeier aus Käfighaltung in allen Ländern bis 2025.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 12. Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen
 - 12.4 Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken.
- Ziel 14. Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen
 - 14.7 Bis 2030 die sich aus der nachhaltigen Nutzung der Meeresressourcen ergebenden wirtschaftlichen Vorteile für die kleinen Inselentwicklungsländer und die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus
- Ziel 15. Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen
 - 15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern

Themen nach GRI

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

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

gruppen 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.

Die Erreichung der gesteckten Ziele zum Ausstieg aus Palmöl in Österreich und Ungarn sowie den Prozentsatz von Eiern die nicht aus Käfighaltung stammen, prüft das SPAR-Qualitätsmanagement durch mindestens jährliche Sortimentsanalysen und wertet aus, welche Umstellungen erreicht konnten. Die Entwicklung der Eigenmarken unter anderem der Bio-Marke SPAR Natur*pur wertet das Produktmanagement j\u00e4hrlich aus. Die Analyse des Fisch-Sortiments und der Ausweitung von Humus-Flächen nimmt der WWF Österreich jährlich für SPAR vor. Über alle Entwicklungen im Sortiment wird der verantwortliche Vorstand laufend informiert.

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. 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-Eigen-

Strategische Stoßrichtung

- Sortiments- & Produktführerschaft
 - o Wir führen die attraktivsten Sortimente pro Vertriebstyp und Standort.
 - o 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)

- 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

marken 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 Sportund 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 Einkaufund 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. Eigene Verantwortliche für die Einhaltung des Datenschutzes überprüfen die Einhaltung der gesetzten Standards und prüft mögliche Verfehlungen.

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

Strategische Stoßrichtung

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

Handlungsfelder

Faire Handelspraktiken

Beitrag zu SDGs

- Ziel 16. Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen
 - o 16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren

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)

- 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

die Rechtsabteilungen der Länderorganisationen in Compliance-Angelegenheiten unterstützt, bei möglichen Verstößen berät und im Fall von möglichen Verstößen gemeinsam mit externer Rechtsberatung hinzugezogen wird. Über möglicher Verstöße werden Revision und der jeweilige Länder-Vorstand unverzüglich informiert.

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.

Rückmeldung zur erfolgreichen Umsetzung dieser Maßnahmen zu Diversität und Gleichbehandlung erhält das SPAR-Management in der konzernweiten Mitarbeiter-Befragung, die spätestens alle drei Jahre in den einzelnen Geschäftseinheiten durchgeführt wird.

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.

Beitrag zu SDGs

- Ziel 5. Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und M\u00e4dchen zur Selbstbestimmung bef\u00e4higen
 - 5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen

Themen nach GRI

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

- 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.

Den Ausbildungsstand der Mitarbeitenden im Verhältnis zur Soll-Ausbildung sehen die jeweiligen Vorgesetzten und das Management in Österreich im E-Learning-Ausbildungsystem, das schrittweise auf weitere Länder ausgedehnt werden soll.

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - o 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 Führungskräfte im Vertrieb haben die für ihre Position definiert Soll-Ausbildung absolviert.

Beitrag zu SDGs

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

Themen nach GRI

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

- 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. Rückmeldung über die Zufriedenheit der Mitarbeitenden erhält das SPAR-Management über die konzernweite Mitarbeiter-Befragung, die alle drei Jahre stattfindet.

Strategische Stoßrichtung

- Social Leadership
 - o 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 It. 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 CO₂-Reduktion. Durch Einsparungen an Energie für den Betrieb von Logistik, Märkten und Centern wird ebenso der CO₂-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. Den laufenden Stand der Zielerreichung erhalten der SPAR HOLDING AG Vorstand über die Balanced Score Card sowie die Länder-Geschäftsführungen in Form von jährlichen Detailauswertungen des Nachhaltigkeitsberichts.

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).

Beitrag zu SDGs

- Ziel 7. Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern
 - o 7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen
- Ziel 13. Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen
 - 13.1 Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken

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

Die bisher laufend steigenden Mengen an Kunststoffverpackungen haben einerseits zu einer Protestwelle bei umweltbewussten Konsumenten geführt und andererseits zu gesetzlichen Regelungen, wie dem Circular Economy Package der EU. 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. Kunststoffverpackungen sind jedoch in den vergangenen Jahren nicht grundlos eingesetzt worden. In vielen Fällen sind sie die unter verschiedenen Verpackungsmaterialien effizienteste Möglichkeit,

um Hygiene und Haltbarkeit von Lebensmitteln sicherzustellen. Kunststoffreduktion steht daher oft im Zielkonflikt mit anderen strategischen Zielen wie der Vermeidung von Lebensmittelverderb, der Automatisierung der Logistik, dem Angebot von Produkten in Selbstbedienung oder dem Angebot von Sortimenten für den Verzehr unterwegs (Convenience-

Trend). SPAR versucht diese Zielkonflikte durch sinnvolle Reduktion wo möglich und Erhöhung der Recyclingfähigkeit zu lösen. Ziel soll eine Kreislaufwirtschaft sein, in der nötige Verpackungen wiederverwendet oder nach ihrer Verpackungsfunktion auf höchstmöglichem Niveau stofflich recycled werden.

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.

Beitrag zu SDGs

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

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 CO2 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."

Kennzahl für den Anteil an unverkäuflichen Lebensmitteln im Handel ist der Verderb, der möglichst gering gehalten wird. Diese Kennzahl wird von Sortimentsmanagern bei jedem einzelnen Produkt und vom Vertrieb in allen Ländern regelmäßig analysiert und ist Bestandteil der Bewertung zum Weiterbestand eines Produkts im SPAR-Sortiment.

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).

Beitrag zu SDGs

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

Kennzahlen nach GRI

• SPAR KPI: Standorte mit Sozialkooperationen

2.6. Übersicht der SPAR-Ziele

Geltungsbereich	Ziel	Aktueller Status Ende 2019	Details auf Seite	Ziel er- reicht
Österreich	Bis 2020 spart SPAR 1.000 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2017)	Bis Ende 2019 hat SPAR 954 Tonnen Zucker aus den Rezepturen von Eigenmarken-Produkten entnommen. Das Ziel von 1000 Tonnen wurde bereits Anfang 2020 erreicht. SPAR Österreich verfolgt die Zuckerreduktion in Eigenmarken weiter und wird bis Ende 2021 insgesamt 2.000 Tonnen Zucker aus Eigenmarken-Produkten verbannen.	S. 33	0
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 in einer Zwei-Jahres-Betrachtung die erwarteten jährlichen Steigerungen erreichen. Genaue Zahlen werden aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht.	S. 35	0
Slowenien	Bis 2020 spart SPAR 80 Tonnen zugesetzten Zucker bei SPAR-Eigenmarken ein (Basisjahr 2018).	Bis Ende 2019 hat SPAR Slowenien 57 Tonnen Zucker aus SPAR-Eigenmarkenprodukten entfernt und wird voraussichtlich das Ziel übertreffen.	S. 33	-
Slowenien	SPAR spart 25 Tonnen Salz in SPAR-Eigenmarkenprodukten bis 2020 ein.	SPAR Slowenien hat als erstes Land der SPAR Holding auch Reduktionsziele für Salz veröffentlicht. 2018 und 2019 wurden insgesamt 16 Tonnen Salz aus Eigenmarken-Produkten entfernt.	S. 35	
Ungarn	Ab 2019 spart Ungarn jährlich 50 Tonnen Zucker in Eigenmarken-Produkten ein.	2019 hat SPAR Ungarn über 40 Rezepturen von Eigenmar- ken-Produkten angepasst und dadurch 80 Tonnen Zucker eingespart.	S. 33	-
Österreich	SPAR hält das Fischsortiment It. Bewertung des WWF Österreich bei 100% verantwortungsvollen Quellen.	Der WWF Österreich hat erneut bestätigt, dass alle Fisch- produkte unter SPAR-Eigenmarken sowie 99 Prozent des gesamten SPAR-Fischsortiments aus verantwortungsvollen Quellen stammen.	S. 44	0
Österreich	SPAR steigert die Humus-Anbaufläche der Vertragslandwirte für Humus-Gemüse auf 1600 ha bis 2020.	Am SPAR Humusaufbau-Projekt nahmen weniger Landwirte teil als erwartet. Die Anbaufläche, auf der Humus aufgebaut wird, sank auf 852 ha. Bis Jahresende 2020 werden die geplanten 1.600 ha Anbaufläche nicht erreicht werden.	S. 45	U
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. 43	

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. 47	-
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 28 vorbeugenden Produktrückrufen aufgrund möglicher Gesundheitsgefährdungen. Die Zahl blieb relativ konstant im Vorjahresvergleich.	S. 100	-
Alle Länder	SPAR hält die Beteiligung an der Mitarbeiter-Befragung konstant auf über 80 Prozent.	An der letzten Mitarbeiterbefragung im Jahr 2019 nahmen 78 Prozent der Mitarbeitenden teil und damit etwas weniger als geplant.	S. 70	
Österreich	Über 80 Prozent der Mitarbeitenden empfehlen SPAR It. Mitarbeiter-Befragung als Arbeitgeber weiter.	Im Jahr 2019 haben 85 Prozent aller Befragten SPAR als Arbeitgeber weiterempfohlen.	S. 70	0
Österreich	Über 80 Prozent der Führungskräfte im Vertrieb haben die für ihre Position definiert Soll-Ausbildung absolviert.	Im Jahr 2019 haben über 80 Prozent aller Führungskräfte im Verkauf ihre Soll-Ausbildung positiv absolviert.	S. 63	0
Österreich	SPAR reduziert den Energieverbrauch bis 2050 um 50 Prozent (auf Basis 2009).	Durch Neueröffnungen und steigenden Ausstattungsstandard der Märkte ist der absolute Energieverbrauch um 0,8 Prozent gestiegen. In Relation zur Verkaufsfläche ist der Energieverbrauch um 1,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesunken.	S. 74	-
Italien	SPAR rollt die Umweltmanagement-Zertifizierung nach ISO 14001 schrittweise auf alle Standorte aus.	2019 wurden alle bestehenden Zertifizierungen nach ISO14001 erneuert und weitere drei Märkte in die Audits aufgenommen.	S. 72	•
Alle Länder	SPAR reduziert die CO _{2e} -Emission bis 2050 um 90 Prozent (auf Basis 2009).	Durch einen variablen Strommix variieren auch die indirekten Emissionen in den Ländern und schwanken etwas von Jahr zu Jahr. In der gesamten SPAR HOLDING blieben die indirekten Emissionen im Vergleich zum Vorjahr flächenbereinigt gleich. Die direkte Emission sank um rund fünf Prozent, was eine gesamte Reduktion der Treibhausgas-Emissionen von rund drei Prozent zum Vorjahr ergibt.	S. 81	•
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. 77	
Alle Länder	SPAR steigert den Anteil an recyclingfähigen Verpackungen.	SPAR verpflichtet sich den Plänen zur europäischen Kreis- laufwirtschaft und plant daher die zunehmende Recyclingfä- higkeit von Verpackungen der SPAR-Eigenmarken.	S. 37	

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. 42	•
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. 40	0
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. 89	•

O Ziel erreicht, U Ziel nicht erreicht, S Ziel auf Kurs, S 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.



Hunderte landwirtschaftliche Betriebe, wie Hans Schernthaner, SPAR Natur-pur Bio-Bauer aus Berg im Attergau, produzieren qualitätsvolle Lebensmittel, die zu SPAR-Eigenmarken verarbeitet werden.

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.

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 Be-

zug 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 Regionalitätsverantwortliche in allen sechs SPAR-Zentralen laufend nach den besten Lebensmitteln der Region. Über 28.700 lokale und regionale Produkte von über 2.000 heimischen Lieferanten 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, IN-TERSPAR fördert darüber hinaus lokale Manufakturen aus nächster Nähe, die jeweils nur

GRI 204-1

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.

Die Herkunftsangaben bei Hauptzutaten der SPAR-Eigenmarken haben SPAR Österreich 2019 besonders beschäftigt. Produkte, deren Rohstoffe überwiegend aus Österreich stammen, hat SPAR bereits bisher mit "Qualität aus Österreich" beziehungsweise mit den symbolischen Landesumrissen klar gekennzeichnet. Eigenmarken, bei denen der wesentliche Produktionsschritt in Österreich stattfand, jedoch Rohstoffe nicht aus Österreich stammen, hat SPAR mit "hergestellt in Österreich" beschriftet. Seit 2019 wurde intensiv daran gearbeitet, bei verarbeiteten Lebensmitteln auch die Herkunft der Hauptzutat genau auszuweisen.

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.



Das Angebot heimischer Produkte verdeutlicht SPAR-Kroatien durch eine eigene Werbekampagne.

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.

Seit 2018 vertreibt SPAR Kroatien in Kooperation mit rund 30 kroatischen Landwirten heimisches Obst und Gemüse unter der Eigenmarke "SPAR Vrtovi Hrvatske" ("SPAR Aus den Gärten Kroatiens"). 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 hauptsächlich aus Slawonien, Dalmatien sowie der Umgebung von Zagreb.. Wegen der hohen Frischfleischimporte in Kroatien, ist SPAR besonders stolz darauf, den Kunden auch frisches und qualitativ hochwertiges Rindfleisch des Verbandes kroatischer Fleischproduzenten anbieten zu können, der mit seinem Logo die Herkunft garantiert.

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

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. Über zwei Drittel der Backwaren-Produzenten für SPAR-Eigenmarken stammen aus Ungarn und regionale ungarische Eigenmarken-Produkte werden 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. In einer von SPAR in Auftrag gegebenen Umfrage gaben 7 von 10 Österreichern an, ihren persönlichen Zuckerkonsum einschränken zu wollen. Sie suchen daher nach Produkten mit einem geringeren Zuckergehalt oder ganz ohne Zucker. SPAR hat diesen Trend zu bewussterer Ernährung bereits vor vielen Jahren erkannt und die Eigenmarke SPAR-Vital geschaffen. Unter dieser werden ausschließlich Produkte geführt, die ein unabhängiger wissenschaftlicher Beirat aus hochkarätigen Ärzten für gut befunden hat. Kriterien für diese Beurteilung können ein niedrigerer Zucker- oder Fettgehalt als in Vergleichsprodukten oder ein hoher Anteil von Stoffen sein, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken.



Breite Unterstützung findet die Zucker-raus-Iniatiative von SPAR bei Ärzten und Produzenten.

2017 hat SPAR eine eigene Initiative für weniger Zucker gestartet mit dem Ziel, bis 2020 aus allen SPAR-Eigenmarken-Produkten in Österreich 1.000 Tonnen, in Slowenien 80 Tonnen und in Ungarn 50 Tonnen Zucker zu entfernen ohne diesen durch künstliche Süßstoffe zu ersetzen. 2019 hat SPAR weitere Partner aus Medizin und Industrie eingeladen, diese Allianz gegen zu viel Zucker zu unterstützen. Insgesamt haben bisher 38 Unternehmen, wie Rauch, Bergland Milch, Vöslauer, Spak und Nestle, Startups wie NUSSYY® oder Kaffeetschi sowie Institutionen wie die Österreichische Ärztekammer, die österreichische Anti-Aging-Gesellschaft und die Diabetes Gesellschaft, Ihren Beitrag zum Aktionsplan zur Verringerung von Zucker im Alltag zugesichert. Jede unterstützende Institution trägt zu den fünf Säulen im Rahmen der eigenen Möglichkeiten bei. SPAR setzt folgende Maßnahmen:

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 954 Tonnen Zucker oder rund 240 Millionen Stück Würfelzucker wurden seit Anfang der Initiative bis Ende 2019 eingespart und auch nicht durch Süßstoffe ersetzt. Allein durch die Reduktion bei SPAR-Limonaden werden jährlich 100 Tonnen Zucker eingespart. Das Ziel 1.000 Tonnen Zucker bis Ende 2020 einzusparen hat SPAR bereits 11 Monate früher erreicht und daher die Initiative ausgeweitet. Das neue Ziel ist, bis Ende 2021 weitere 1.000 Tonnen Zucker aus SPAR-Eigenmarken in Österreich wegzulassen und somit insgesamt 2.000 Tonnen Zucker in fünf Jahren einzusparen.

Auch in den übrigen SPAR-Ländern wird laufend an der Überarbeitung der Rezepturen gearbeitet, in Slowenien wurden bereits 57 Tonnen Zucker aus Produkten weggelassen, das

Ziel liegt bei 80 Tonnen bis Ende 2020. SPAR Kroatien hat zwischen 2017 und 2019 bei der Rezeptur von 65 Produkten Zucker teilweise oder ganz entnommen und über 20 Tonnen eingespart. Bei SPAR Ungarn ist die erste Zuckerreduktion in Eigenmarken bereits 2012 erfolgt, als in Ungarn eine Zuckersteuer eingeführt wurde. 2019 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. Durch die Umstellung von Rezepturen bei über 40 Produkten konnten zwischen 1,7 und 34 Prozent Zucker reduziert werden. Insgesamt wurden dadurch über 80 Tonnen Zucker vermieden.

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 Schuliahr 2019/20 nehmen österreichweit über 11,000 Schülerinnen aus 191 Schulen am Trink- und Jausenführerschein teil, das ist iedes siebte Kind der 5. Schulstufe. SPAR beliefert außerdem Schulbüffets mit den von SIPCAN als in Ordnung befundenen Eigenmarken zu Sonderpreisen. Aktuell beziehen 81 Buffetstandorte in sechs Bundesländern SPAR-Produkte - damit bekommen ca. 55.000 Schülerinnen und Schüler eine Alternative zum Leberkäs-Semmerl und der zuckerreichen Limonade in der Schulpause angeboten. Kontinuierlich kommen neue Standorte hinzu.

Damit Schülerinnen und Schüler Getränke einfach erkennen können, deren Zuckeranteile unter der von SIPCAN definierten Grenze von 6,7g/100ml liegen, hat SPAR 2019 erstmals auf Eigenmarken-Getränken das SIPCAN-Logo abgedruckt.



In Österreich unterstüzt SPAR die Initiative SIPCAN für gesündere Ernährung von Kindern im Schulalter.

SPAR Ungarn hat 2019 eine eigene Bildungskampagne für gesündere Schuljause gestartet. Im Oktober und November informierte SPAR Ungarn auf der Website Erziehungsberechtigte über die Bedeutung von gesunder Jause für Kinder, über Zucker- und Salzreduktion und versorgte sie mit Nährwertinformationen und Inspirationen, die für ergänzende Mahlzeiten. Begleitet wurde die Kampagne durch einen Online-Wettbewerb, bei dem Teilnehmende ihre Snack-Ideen austauschen konnten.

3. Alternative: Zuckerfreie Produkte und Zuckerersatz

SPAR bietet Alternativen zum Zucker. Seit über 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 in den Kundenmagazinen SPAR Mahlzeit! in Österreich und di Vita in Italien sowie über das SPAR-Lifestyle Programm "Eletmot" in Ungarn regelmäßig über bewusste Ernährung mit Eigenmarken-Produkten. SPAR Österreich arbeitet mit einem wissenschaftlichen Ärztebeirat zusammen, um so die neuesten Ernährungserkenntnisse für die Kunden zu "übersetzen" und verständlich zu machen.

Um Kunden genau dort abzuholen, wo sie weitere Informationen brauchen, hat SPAR 2019 eine repräsentative Umfrage unter 1000 Österreichern durchgeführt. Rund 92 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher unterschätzen ihren täglichen Zuckerkonsum und

geben an, dass dieser unter den laut Versorgungsbilanz konsumierten 91 g Zucker pro Tag liegt. Knapp 75 Prozent gehen davon aus, dass sie genau so viel oder weniger Zucker konsumieren wie von der WHO empfohlen. Gleichzeitig ist sich der überwiegende Teil der Befragten über mögliche Krankheitsfolgen wie Diabetes (91%), Karies (81%) und Herz-Kreislauf-Erkrankungen (67%) bewusst.

Auf Basis dieser Erkenntnisse informiert SPAR regelmäßig über Kundenmagazine, Flugblätter und 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 Ende 2020 möchte SPAR Slowenien 25 Tonnen Salz aus SPAR-Eigenmarkenprodukten weglassen. Seit 2018 konnten bereits 19 Tonnen Salz reduziert werden. Im Jahr 2019 lag der Schwerpunkt erneut auf Produkten der hauseigenen Bäckerei. SPAR reduzierte den Salzgehalt in den bestehenden, meistverkauften Produkten: den Semmeln und Kaisersemmeln sowie dem Brotlaib Matjaž. Bei der Entwicklung von neuen Produkten bemüht sich SPAR, dass der Salzgehalt so niedrig wie möglich ist und motiviert auch andere Bäckereien, diesem Beispiel zu folgen. Im Oktober 2019 unterschrieb SPAR Slowenien zusammen mit anderen Bäckereien das Gelöbnis, bis zum Ende des Jahres 2022 den Salzgehalt in Brot um 5 Prozent zu reduzieren und

den Anteil an Vollkornprodukten zu erhöhen. SPAR Slowenien wird dieses Projekt auch 2020 weiter verfolgen mit einer Vielzahl von überarbeiteten Produkten und begleitender Information.

SPAR Kroatien senken die INTERSPAR-Bäckereien den Salzgehalt im Brot auf maximal 1,4%, was den Empfehlungen internationaler Gesundheitsexperten entspricht. Insgesamt wurden in Kroatien bei Eigenmarken-Produkten bisher 16 Tonnen Salz eingespart.

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

3.4. Lebensmittel aus kontrolliert biologischer Erzeugung



1995 führte SPAR in Österreich die ersten Bio-Produkte unter der Eigenmarke SPAR Natur*pur ein.

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 25 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 aller Marken bietet SPAR in Österreich. Die Anzahl der Bio-Eigenmarken-Produkte ist 2019 abermals gestiegen auf über 1.250 Artikel.

Diese Vielfalt trägt SPAR auch in die übrigen Länder und verkauft dort die beliebtesten Bio-Eigenmarken aus österreichischer Produktion, für die es in den übrigen Ländern keine ausreichenden Bio-Kapazitäten gibt.

3.5. Vegetarische und vegane Ernährung

Umweltschutz-Organisationen fordern nicht erst seit Kurzem den vermehrten Verzicht auf Fleischkonsum, um den Ernährungsempfehlungen der WHO zu entsprechen und damit auch die Umwelt zu schonen. Denn Europäer essen deutlich mehr tierisches Eiweiß, als die

Weltgesundheitsorganisation für eine ausgewogene Ernährung empfehlen würde. Für dieselbe Menge Kalorien, die für die Ernährung nötig sind, verbrauchen tierische Quellen zudem in der Produktion deutlich mehr Ressourcen als pflanzliche Nahrungsmittel. Aus Um-

welt- und Gesundheitsschutz-Gründen gleichermaßen fördert SPAR daher die vegetarische Ernährung und hat bereits 2012 SPAR Veggie, die Eigenmarke für Vegetarier, Veganer und Flexitarier eingeführt. Heute bietet SPAR bis zu rund 90 vegetarische und vegane Produkte unter SPAR Veggie in allen Ländern an.



SPAR ist Generalsponsor des ZeGeVege-Festivals in Zagreb und präsentiert dort die vegetarischen SPAR-Eigenmarken-Produkte.

SPAR Kroatien legte erneut 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. SPAR präsentierte am zweitägigen Festival mit 50.000 Besuchern rund 200 vegetarische Produkte der SPAR-Eigenmarken.



SPAR Slowenien präsentierte vegetarische Produkte beim Vega-Fest in Ljubljana.

SPAR Slowenien ist schon seit drei Jahren Generalsponsor der Veranstaltung Vega-fest. Auch im Jahr 2019 präsentierte SPAR die Artikel von SPAR Veggie und Veganz bei der Veranstaltung, die sich auf dem größten Marktplatz im Zentrum von Ljubljana abspielt Die Besucher waren von den Produkten und dem breiten Angebot begeistert.

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 Regenwald², 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-Studie³ 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 seit Ende 2018 99 Prozent aller SPAR Lebensmittel-Eigenmarkenprodukte - nicht nur der Bio-Produkte - vollkommen palmölfrei. Gänzlich ohne Palmöl kommen alle Produkte der SPAR-Eigenmarkenlinien SPAR PREMIUM, SPAR Natur*pur, SPAR Vital, SPAR free from, SPAR Veggie, SPAR enjoy und SPAR Feine Küche aus. In Ungarn ist dieser Schritt mit Ende 2019 ebenfalls gelungen. Auch in Österreich wurde 2019 weiter an der Umstellung gearbeitet, keine neuen Produkte mit Palmöl eingeführt, sodass derzeit nur mehr

3Greenpeace Marktcheck Palmöl Sept. 2017

² https://www.regenwald.org/themen/palmoel/fragen-und-antworten#start

in 55 Eigenmarken-Produkten von SPAR-Marke und S-BUDGET Palmöl verwendet wird, in denen es technisch derzeit noch nicht ersetzbar ist. Statt Palmöl wurde vorrangig heimisches Sonnenblumenöl, Rapsöl oder auch Butter verwendet.

In Ungarn hat SPAR intensiv an der Umstellung aller SPAR-Eigenmarken-Produkte gearbeitet, die speziell für Ungarn produziert werden. Mit 2020 werden auch in Ungarn alle SPAR-Eigenmarken mit Ausnahme von SBUDGET und SPAR-Qualitätsmarke palmölfrei sein. Auf regionalen Produkten weißt SPAR zudem mit einem eigenen Logo auf den Palmöl-Verzicht hin.

In Slowenien wurden Eigenmarken ohne Palmöl ebenfalls ins Sortiment aufgenommen – die Bewerbung der palmölfreien Produkte startet 2020.

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 Super-

markt nicht wegzudenken. 2017 wurden in Österreich rund 300.000 Tonnen an Plastik-Verpackungen entsorgt⁴, rund die Hälfte davon sind Verpackungen für Getränke und Lebensmittel. Daher setzt SPAR einen Schwerpunkt zur Verpackungsreduktion und prüft, wo Verpackungen sinnvoll vermieden, reduziert oder durch recyclingfähige Alternativen ersetzt werden können.

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

1. Vermeiden:

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



In Österreich können Kunden ihre eigene Box zum Einkauf von Feinkost mitbringen.

SPAR bietet in allen Märkten aller Länder Fleisch, Feinkost und Brot in Bedienung an. Im Vergleich zur Selbstbedienung können Kunden dabei deutlich Plastikverpackungen ein-

sparen, denn Lebensmittel in Bedienung verpackt SPAR in ein dünn beschichtetes Papier und Papier-Sackerl. Für Kunden, die selbst diese Verpackung einsparen möchten, hat SPAR 2019 in Österreich und in Slowenien flächendeckend die Möglichkeit geschaffen, eigene Boxen von zu Hause mitzubringen. Strenge Hygienevorschriften haben dies in den vergangenen Jahren sehr erschwert. Mit eigenen Tabletts, mit denen alle Märkte ausgestattet wurden, ist es möglich, Kunden-Behälter im Hygienebereich der Feinkost zu befüllen und gleichzeitig Hygiene-Vorschriften einzuhalten. 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 700 Tonnen Plastik eingespart. Nach Tests mit Avocados im Jahr 2017 wurden 2019 erstmals Bio-Mangos mit einem Laser-Branding statt Aufklebern in den Märkten angeboten.

https://www.bmlrt.gv.at/umwelt/abfall-ressourcen/Plastiksackerl-Verbot.html



Laser-Branding ersetzt bei manchen Bio-Mangos den Sticker.

In Slowenien werden 70 Prozent des gesamten Obsts und Gemüses unverpackt oder plastikfrei-verpackt angeboten. In Österreich liegt der Anteil von komplett unverpacktem Obst und Gemüse derzeit bei rund 40 Prozent mit stark steigender Tendenz.

SPAR Österreich führt auch das größte Mehrweg-Angebot bei Getränken im flächendeckenden Einzelhandel. Der Anteil von verkauften Getränken in Mehrweg-Gebinden liegt laut den Marktdaten von Nielsen deutlich über dem Branchenschnitt. In jedem Markt bietet SPAR mindestens Mineralwasser, Bier, Fruchtsaft und Limonaden in Glasflaschen sowie Jogurt in Gläsern an. 2020 wurde das Angebot auf Milch und auf weitere Getränke in Mehrweg-Glasflaschen unter Industrie- und Eigenmarken erweitert. Auch in den übrigen Ländern werden Getränke in Mehrweg-Gebinden angeboten.

Für den Einkauf von Lebensmitteln ganz ohne Verpackung bietet SPAR in Slowenien bereits einige Jahre Abfüllstationen für Trocken- und Hülsenfrüchte an. In insgesamt acht INTER-SPAR-Märkten können Kunden ihre eigenen Gefäße mitbringen und darin verschiedene Nussarten, getrocknete Hülsenfrüchte, getrocknete Früchte sowie Obst- und Nussmischungen abfüllen. Gemeinsam mit dem Unternehmen Odori, das SPAR-Kunden bereits aus dem Projekt Start-up Slowenien kennen, führte SPAR Slowenien einen Refill-Automaten für Putz- und Waschmittel im INTERSPAR-Markt CITYPARK ein. Kunden können bei diesem Putz- und Waschmitteln in eigene Behälter abfüllen.

Für Bio-Waschmittel testet außerdem INTER-SPAR in Österreich seit 2019 zwei Abfüllstationen. Kunden können vier Sorten Waschmitteund Weichspüler in Bio-Qualität immer wieder in die selbe Verpackung abfüllen und damit Plastik sparen.



Abfüllstation für Bio-Waschmittel in Österreich.

2. Reduzieren:



Skinpacks - eine Verpackung aus Papier und dünnen Plastikschichten - reduzieren den Plastikverbrauch deutlich.

Für Produktschutz, Kennzeichnung oder Marketing nötige Verpackungen reduziert SPAR auf ein Minimum. In den vergangenen Jahren sind beispielsweise die PET-Flaschen bei SPAR-Mineralwasser deutlich leichter gewor-

den und bei vielen Produkten wie beispielsweise SPAR Müslis wurde die Verpackung von Karton und Folienbeutel auf einen reinen Folienbeutel reduziert und somit die Überverpackung weggelassen. Bei vorverpackten Wurstund Schinkenprodukten von TANN konnten die Verpackungsschalen und Folien um -50µm reduziert werden. Allein durch diese Umstellung spart TANN 80 Tonnen Plastikverpackung ein.

Anstelle von Einweg-Deckeln auf den Bechern von Milchprodukten setzt SPAR Ungarn auf mehrfach verwendbare Silikondeckel. SPAR hat die Deckel 2019 als Verkaufsartikel in verschiedenen Größen auf den Markt gebracht und verzichtet seither auf den Einweg-Plastikdeckel. Jährlich werden damit 5,5 Tonnen Kunststoff gespart. Kunden können Becher zu Hause mit den Silikondeckeln wiederverschließen und damit Lebensmittel vor dem Austrocknen bewahren. Die Ausweitung auf weitere Länder ist für 2020 geplant.



Mit Silikondeckeln von SPAR Ungarn lassen sich Becher von Milchprodukten wiederverschließen.

Neben der reinen Reduktion von Plastikverpackung greift SPAR bei manchen Sortimenten auch zu Papier statt Plastik, sofern dies unter Beachtung des Produktschutzes möglich ist. Beispielweise wurden die SPAR Natur*pur Avocados von einer Kartonschale mit Bio-Kunststofffolie auf eine reine Kartonverpackung umgestellt. Auch wenn Papier in der Betrachtung der Klima-Auswirkungen nicht besser abschneidet als Plastik, machen Nebeneffekte Papier hier sinnvoll. Beispielsweise wird verdorbenes Obst teilweise von Konsumenten mit der Verpackung entsorgt, letztere sollte daher kompostierbar sein. Und die Recyclingraten von Papier liegen in allen Ländern deutlich über jenen von Plastik. Wenn Papier-Verpackung also richtig gesammelt wird, wird aus ihr wahrscheinlicher wieder eine neue Verpackung als beim Einsatz von Plastik.

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.

Um Lieferanten besonders von Eigenmarken eine bessere Orientierung über die Anforderungen an zukünftige Verpackungen zu geben, braucht es jedoch genauere Vorgaben bezogen auf das jeweilige Verpackungsmaterial und die Verpackungsform. Da beispielsweise Produzenten nicht nur Eigenmarken-Produkte von SPAR, sondern auch ihre eigenen Marken oder andere Handelsmarken herstellen, müssen detaillierte Vorgaben zu Verpackungsdesign und Recyclingfähigkeit über die unterschiedlichen In-Verkehrbringer hinweg abge-

stimmt sein. Daher beteiligt sich SPAR beispielsweise an der Initiative der ECR Austria für derartige Richtlinien für die Verpackungsgestaltung. An dem Leitfaden arbeiten FH Campus Wien, Verpackungshersteller, Hersteller von FMCG sowie Händler zusammen. 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.

Damit Verpackungen auch tatsächlich recycled werden können, braucht es auf Konsumentenseite die richtige Trennung und Sammlung von Wertstoffen. 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.

3.7.1. Prüfung von umweltschonendsten Verpackungsalternativen



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

Die Gefahr bei prinzipiellen Zweifeln an Verpackungen ist, dass durch unreflektierte Vermeidung von Verpackung die Funktionen, die Verpackung nachweislich erfüllt, nicht mehr gegeben sind. Die Folgen sind teilweise rechtlich kritisch, wenn beispielsweise Kennzeichnungen nicht mehr angebracht werden können oder würden schlichtweg das Sortiment deutlich einschränken. Aus Umweltsicht zu hinterfragen ist der ohne Verpackung steigende Verderb. In vielen Fällen braucht es Verpackungen, um Waren von der Herstellung bis in den Haushalt zu bringen. Lebensmittel werden durch Verpackung vor äußeren Einflüssen wie Licht, Sauerstoff oder Druck geschützt, die sie schneller verderben lassen. Bei Bio-Frischfleisch in der recyclingfähigen Skin-Verpackung konnte der Verderb deutlich reduziert werden, was die Mehrkosten für die Verpackung aufwiegt. Gurken halten beispielsweise durch das Einschweißen in Plastik-Folie dreimal länger frisch als offene Ware, ohne Folie

verderben fünfmal mehr Gurken bereits im Markt, wie Tests wiederholt gezeigt haben. Bei Melanzani stieg der Verderb im Test von 4-8 Prozent mit Folie auf über 30 Prozent ohne Folie an, daher sind Melanzani auch weiterhin verpackt.

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

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

3.7.2. Reduktion von Tragetaschen

SPAR forciert bereits seit vielen Jahren in allen Ländern die mehrfache Verwendung von Tragetaschen und bietet eine ganze Reihe von Mehrweg-Taschen an. Tragetaschen an den Kassen gibt SPAR in keinem Land gratis, sondern nur gegen Bezahlung ab, was Kunden zur mehrfachen Verwendung von Tragetaschen motivieren soll.

ASPIAG Service in Italien bietet bereits seit 2009 nur noch Permanent-, kompostierbare und Papier-Tragetaschen gegen Bezahlung an

SPAR Ungarn hat ab Mitte des Jahres 2019 ausschließlich biobasierte, kompostierbare oder mehrfach verwendbare Tragetaschen bezogen und verzichtet damit auf Plastik-Tragetaschen. Nur Restmengen werden noch verkauft. Als Alternative bot SPAR Ungarn unter anderem Textiltaschen an, die in der Näherei des Malteser Hilfsdienstes von bedürftigen Frauen genäht wurden. SPAR-Kunden konnten somit zum Umweltschutz und zur Sicherung von Arbeitsplätzen gleichzeitig beitragen.

In Kroatien unterstützt SPAR die Initiativen zur Reduktion von Plastik-Tragetaschen durch Papiertaschen sowie Mehrweg-Taschen, von denen 2019 deutlich mehr verkauft wurden.

SPAR Slowenien hat sich freiwillig dem Kodex zur Verringerung des Verkaufs von leichten Plastiktaschen angeschlossen und Tragetaschen aus Neu-Plastik gänzlich aus dem Verkauf genommen. Als Alternative werden Kunden Tragetaschen aus Recycling-Plastik, aus abbaubarem Bio-Kunststoff oder Mehrweg-Tragetaschen angeboten. Weiterhin in Verwendung sind noch sehr leichte Obst- und Gemüsebeutel aus Polyethylen.

In Österreich wurden ab 1.1.2020 die Plastik-Tragetaschen verboten, bis 31.12.2020 ist der Verkauf von Restbeständen noch erlaubt. SPAR hat bereits frühzeitig reagiert und mit Jahreswechsel keine Plastiktaschen mehr verkauft.

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. In Österreich sind ab 1.1.2020 nur noch Knotenbeutel erlaubt, die überwiegend biobasiert sowie kompostierbar

sind. Sie müssen der Norm EN13432 entsprechen und sich auch am heimischen Kompost rückstandsfrei zersetzen. Zusätzlich zu diesen Sackerln bieten SPAR, INTERSPAR und Maximarkt in Österreich gratis Papiersackerl an. In Kroatien ist die Gratis-Abgabe von Knotenbeuteln weiterhin erlaubt, am Ausgabeort werden Kunden durch SPAR auf die sparsame Verwendung hingewiesen. Als erster Händler Kroatiens hat SPAR 2019 heimkompostierbare Knotenbeutel verkauft. Bereits rund eine Million Bio-Knotenbeutel haben Kunden anstatt der herkömmlichen Knotenbeutel gekauft.



Wiederverwendbare Netze für den Einkauf von Iosem Obst und Gemüse bietet SPAR in allen Ländern zum Kauf an

Zur Verringerung der Knotenbeutel hat SPAR in allen Ländern 2018 und 2019 das Wiederverwendbar-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.





SPAR Ungarn bietet wiederverwendbare Netze auch für Brot und Gebäck in Selbstbedienung an.

SPAR Ungarn hat Mehrweg-Netze außerdem für Brot und Gebäck eingeführt. In anderen Ländern ist dies aufgrund von Hygiene-Vorschriften nicht möglich.

3.7.3. 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, Plastikstrohalme durch solche aus Papier abgetauscht, In Österreich wurde bereits das gratis Einwegbesteck in allen Märkten von Plastik auf Holz umgestellt und es werden Alternativen für Convenience-Behälter geprüft, die eine deutliche Plastikreduktion bei Lebensmitteln für den sofortigen Verzehr herbeiführen sollen.

3.7.4. Kundeninformation: Reduktion nur gemeinsam möglich



Langfristig ist eine deutliche Reduktion von Verpackungen nur gemeinsam mit Konsumenten möglich. Das Ängebot 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. 85).

In Rahmen der Kampagne "Denken Sie umweltbewusst" hat SPAR Slowenien einmal mehr auf die Reduktion von Tragetaschen hingewiesen und bereits zum dritten Mal eine Aufräumaktion in slowenischen Flüssen organisiert. 2019 wurden die Flüsse Ljubljanica und Drau, der See Bled sowie das Küstenufer von Fiesa gereinigt. Mit Hilfe der regionalen Bevölkerung wurden die Gewässer von über einer Tonne Abfall befreit. Auch 2020 wird SPAR mit der Initiative "Flussreinigung" fortfahren und das Bewusstsein für nachhaltiges Verhalten stärken.

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 seit Ende 2019 bei SPAR angeboten.

SPAR Slowenien wird das Ziel von 2025 voraussichtlich bereits Ende 2020 erreichen, denn bereits Ende 2019 stammen rund 80 Prozent der verkaufen Eier aus Boden-, Freilandund Bio-Haltung und damit nicht mehr aus Käfighaltung. In Kroatien stammt bereits jetzt

über ein Drittel der verkauften Eier aus Bodenhaltung anstelle von Käfighaltung, wie bisher üblich. In Ungarn kauften Kunden rund ein Viertel der Eier aus Boden- statt aus Käfighaltung. Entscheidend für die weitere Umstellung in allen Ländern wird die Kundenakzeptanz sein. SPAR bietet in allen Ländern Eier aus Boden-, Freiland- und Bio-Haltung an, ein kompletter Ausstieg aus der Käfighaltung gelingt aber nur bei entsprechender Nachfrage durch Konsumenten.



In Österreich hat SPAR Eier unter der neuen Sub-Marke "SPAR schaut drauf" mit dem Tierwohl-Gütesiegel "Tierschutz-kontrolliert" von Vier Pfoten eingeführt.

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 österreichischen Fleischprodukten

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. Konkret erhalten beispielsweise Schweine 100% zusätzlichen Platz bei Biound Tierwohl-Haltung. permanenten Zugang ins Freie und eine beschränkte maximale Transportzeit bis zum Schlachthof von unter drei Stunden. Bei Biound Tierwohl-Rindern gibt es ebenfalls



mindestens 40 Prozent mehr Auslauf als im AMA-Standard, Bei Hühnern vertreibt SPAR in Österreich zum regulären Preis ausschließlich heimisches Qualitätsfleisch, das mindestens AMA-Gütesiegel trägt. Ledlich bei Aktionen wird zeitweise auch Fleisch aus den umliegenden Ländern angeboten. Zusätzlich hat SPAR in Österreich 2019 das Programm "SPAR schaut drauf" für Geflügel eingeführt, das unter anderem mindestens 20 Prozent mehr Platz als gesetzlich vorgeschrieben vorgibt, Frischluft-Zugang und eine maximale Transportzeit zum Schlachthof von sechs Stunden. SPAR bietet keine Gänse aus Stopfmast an bzw. Gänse die lebend gerupft wurden. Alle Gänse bei SPAR in Österreich sind kontrolliert frei von Lebendrupf und Stopfmast. SPAR bietet zudem generell keine Kaninchen aus Zucht, da diese nicht artgerecht gehalten werden können.

3.8.3. Tierwohl bei Textilprodukten

SPAR, INTERSPAR und Maximarkt in Österreich, SPAR Slowenien, SPAR Kroatien sowie Hervis verzichten auf jeglichen Echtpelz bei Textilien.

2019 haben SPAR, INTERSPAR und Maximarkt in Österreich zudem alle Merino-Artikel aus dem Sortiment genommen, nachdem unter anderem die Tierschutz-

Organisation Vier Pfoten auf die tierquälerische Praxis des "Mulesing" bei der Aufzucht von Merinoschafen hingewiesen hat. In Slowenien und Kroatien waren Artikel mit Merino-Wolle nicht im Sortiment. Hervis bietet weiterhin Produkte aus Merinowolle an, die jedoch aus Produktionsbetrieben stammen, die nachweislich kein Mulesing anwenden.

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 ins Leben gerufen, die den Verkauf von bedrohten

Arten sowie von Fischen aus unbekannter Herkunft verbietet. Seither wurde das SPAR-Fischsortiment sukzessive auf verantwortungsvollere Quellen umgestellt und jährlich vom WWF Österreich beurteilt.

Das abermals sehr erfreuliche Ergebnis 2019 war, dass alle 151 Fisch-Produkte der SPAR-Eigenmarken verantwortungsvoll (gelb oder grün bewertet) gefangen oder gezüchtet wurden. Von allen 550 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 Österreich 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 manchen in der Kritik stehenden MSC-Fischereien sicherzugehen, dass die Fische für SPAR-Eigenmarken aus verantwortungsvollen Quellen stammen.

3.10. Humus-Anbau



2028/19 haben allein drei Landwirte in Niederösterreich 363 Tonnen CO_2 auf ihren Äckern gebunden.

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 unabhängige gedüngt. Wenn durch Bodenanalysen eine Steigerung Humusgehalts im Boden nachgewiesen werden kann, wird das Gemüse mit dem Humusund dem WWF-Partnerlogo ausgezeichnet. Allein in Niederösterreich Bodenuntersuchungen konnte bei umfassten Anbauflächen eine CO2-Bindung von 363 Tonnen berechnet werden. 2019 wurden alle teilnehmenden Betriebe des Projekts kontrolliert und die Flächen bereinigt. Dabei mussten einige Flächen aus dem Projekt genommen werden, da Landwirte in Pension gegangen sind, Flächen verpachtet haben oder keine SPAR-Lieferanten mehr sind. Ende 2019 waren nur noch 852 Hektar als Humusflächen ausgewiesen. Für 2020 ist der Einstieg eines großen Bio-Betriebs ins Projekt geplant, die geplanten 1600 Hektar bis Ende des Jahres werden allerdings nicht erreicht werden. Ob und wie das Humus-Projekt weitergeführt wird, entscheidet sich im Laufe des Jahres 2020.

3.11. Alte Sorten erhalten

GRI 304-2

Seit 2012 arbeitet SPAR in Österreich mit dem Verein Arche Noah zusammen, der sich dem Erhalt der Sortenvielfalt verschrieben hat. Gemeinsames Ziel ist es, einen Beitrag zum Schutz und Fortbestand der Kulturpflanzenvielfalt zu leisten und Bioraritäten aus vergangenen Tagen zu revitalisieren. Denn die In-

dustrialisierung 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 2019 das Projekt SPAR wie früher (SPAR kot nekoč) fortgeführt und ausgebaut. SPAR bot Kunden die bereits ausgestorbene autochtone Salatsorte Tolminka an, die SPAR in Zusammenarbeit mit dem landwirtschaftlichen Institut Slowenien aus der slowenischen Samenbank erweckt hat. Das Landwirtschaftliche Institut von Slowenien hat ausreichend Saatgut vermehrt, sodass SPAR im Jahr 2019 neben den frischen Salaten auch Samen für die eigene Aussaat

angeboten hat. Damit in den nächsten Jahren auch Früchte heimischer Obstsorten angeboten werden können, hat SPAR 2018 gemeinsam mit dem Partner Evrosad 5.000 Setzlinge einheimischer Obstbäume gepflanzt. Die erste Ernte wird bereits für die Saison 2020 erwartet.



In Slowenien werden Samen und Pflanzen alter Sorten unter der Eigenmarken SPAR kot nekoč angeboten.

3.12. Einsatz gegen neue Züchtungstechniken

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 in den vergangenen Jahren durch die Unterstützung von offenen Briefen an die EU-Kommission und öffentliche Stellungnahmen dafür ein, dass bewusste und gezielte Veränderungen des Erbguts von Pflanzen unter die Gentechnik-Verordnung fallen und somit gekennzeichnet werden müssen. Diese Meinung von SPAR wurde 2018 auch vom Europäischen Gerichtshof in Straßburg geteilt, der Mutagenese-Verfahren als Gentechnik eingestuft hat. Seither lobbyieren verschiedenste Institutionen und Organisationen auf nationaler und europäischer Ebene für eine Aufweichung der Gentechnik-Gesetzgebung, und eine Ausnahme "Neuer Züchtungstechniken" aus dem europäischen Gentechnik-Gesetz. SPAR tritt

für den häufig geäußerten Konsumentenwunsch ein, dass bewusst gentechnisch veränderte Pflanzen nicht ohne Wissen der Konsumenten am Teller landen dürfen und auch jene Produkte als gentechnisch verändert gekennzeichnet werden müssen, die mit Hilfe "Neuer Züchtungstechniken" hergestellt wurden. Anderenfalls verlieren Konsumenten jegliches Vertrauen in gentechnikfreie Produkte und damit auch in die heimische Bio-Produktion.

Mit Mutageneseverfahren kann das Erbgut von Pflanzen gezielt verändert werden und damit beispielsweise ebensolche Pestizidresistenzen künstlich erzeugt werden, wie bei bisheriger Gentechnik. Die Folge kann ein verstärkter Pestizideinsatz wie beispielsweise beim Soja- und Maisanbau in Amerika sein, der massive Umweltfolgen und Biodiversitätsverluste mit sich bringt.

3.13. Regionales Soja in Österreich

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 Regenwaldoder 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*purund 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.

3.14. 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. 50). 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. Speziell bei der Eigenmarke Kilimanjaro achtet Hervis auf die Verwendung recycelter Materialien oder Naturmaterialien, die nicht nur eine ökologische Alternative zu chemischen Fasern sind, sondern darüber hinaus auch eine Vielzahl an positiven Eigenschaften mit sich bringen. Daher setzt Hervis bei einem Teil der Kilimanjaro-Kollektion auf Fasern mit nachhaltigen Charakteristika:

- Die Viskosefaser von Bambus eignet sich aufgrund ihrer pflegeleichten aber vor allem antibakteriellen Beschaffenheit besonders für Allergiker oder Menschen mit empfindlicher Haut.
- Bio-Baumwolle ist ein hautfreundlicher und widerstandsfähiger Allrounder, der nach Richtlinien und Standards der ökologischen Landwirtschaft produziert wird.
- Recycelter Kaffeesatz wird zur umweltschonenden Imprägnierung verwendet,

- er wirkt antibakteriell und vermeidet unangenehme Gerüche.
- Die Wolle vom Merinoschaf ist eine Funktionsfaser der Natur, die Eigenschaften wie Feuchtigkeitsregulierung und Atmungsaktivität, Geruchsneutralität, einen natürlichen UV-Schutz und Isolationsfähigkeit besitzt und dabei kratzfrei, pflegeleicht, antistatisch und schwer entflammbar ist. Für die Eigenmarken von Hervis wird ausschließlich Merinowolle verwendet, bei der Mullesing ausgeschlossen werden kann.
- Die aus Holz hergestellte Zellulosefaser Lyocell ist eine sinnvolle Alternative zu Chemiefasern und gleichzeitig wärmeausgleichend und ideal für Allergiker.
- Aus PET-Flaschen, Fischernetzen und Verschnitt-Resten gewonnenes recyceltes Polyester benötigt bis zu 60 % weniger Energie, reduziert die Müllberge und ist zudem robust und pflegeleicht.

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



Hervis informiert bei Kleidungsstücken der Eigenmarke Kilimanjaro mit Hang Tags über nachhaltige Rohstoffe und Verarbeitung.

Einen Teil dieser nachhaltigen Kollektion für die Frühjahr/Sommer-Saison 2020 haben Studierende der Modeschule Hallein designt. Die Modeschule Hallein setzt seit jeher ihren Schwerpunkt im Bereich der textilen Verarbeitung und Produktion. Durch eine kontinuierliche Adaption des Lehrplans an berufliche Trends fördert die Modeschule neben einer fundierten fachlichen auch eine kaufmännische Ausbildung. Wie agil die Schule auf Trends reagiert, beweist nicht zuletzt das in Österreich einzigartige berufsbegleitende Kolleg für Design und Nachhaltigkeit, das seit September 2018 angeboten wird und bei dem Hervis seit Beginn als Unternehmenspartner

dabei ist. Frische Ideen für nachhaltige Produkte waren gefragt – von Kollektionen aus recycelten oder regionalen Materialen bis hin zur Verwendung spezieller Bio-Stoffe. Die "Traceability", also die Nachverfolgbarkeit aller "Zutaten" eines Kleidungsstücks zurück zum Erzeuger, spielte ebenso eine Rolle bei den Entwürfen.

In der Saison Frühling/Sommer 2020 kommen nun erstmals fünf T-Shirts aus diesem Projekt in die Regale von Hervis. Für die Herstellung der drei Herren- und zwei Damenshirt wurde Merino Wolle, Baumwolle und Lyocell - industriell hergestellte Cellulose-Regeneratfaser – verwendet.

3.15. 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

Die Grundidee der SPAR als loser Zusammenschluss von Einzel- und Großhandel mit Kooperationen genau dort, wo sie für alle Seiten zielführend sind, zeigt sich auch besonders im Einkauf und Sortimentsmanagement. Alle Länderorganisationen der SPAR-Österreich-Gruppe sind in der Gestaltung ihres Sortiments und auch ihrer Standards vollkommen unabhängig voneinander und passen ihre Vorgaben an regionale Gegebenheiten an. Wo

dies zielführend ist, werden beispielsweise Eigenmarken-Produkte von anderen Ländern übernommen. Einheitliche Standards über alle Länder sind jedoch weder gewünscht noch geplant.

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.

3.15.1. 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 Verein-

GRI 416-1

barungen festgehalten. Regelmäßige Kontrollen der Produkte und zusätzliche Stichprobenkontrollen auf Basis einer Risikoanalyse sichern die Einhaltung dieser Vorgaben.

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.

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. Im vergangenen Jahr stieg die Artikelanzahl nicht im geplanten Ausmaß. Über einen längeren Betrachtungszeitraum steigt die Artikelanzahl aber deutlich (2016-2019 +34%), der Umsatz mit Bio-Produkten konnte im letzten Jahr wieder über 10 Prozent gesteigert werden. Derzeit bietet SPAR in Österreich über 1250 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 über 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 PRE-MIUM-Kaffee ist FAIRTRADE-zertifiziert. Die Entwicklung von Eigenmarken mit FAIRT-RADE-Siegel wird SPAR auch in den kommenden Jahren weiter verfolgen

3.15.2. Produktionsstandards in der Lieferkette

Bei einem derartig großen Sortiment muss SPAR auf internationale Lieferketten zurückgreifen, denn nicht alle angebotenen Produkte können in den SPAR-Ländern oder in Europa wachsen und hergestellt werden. Gesetzliche Mindestanforderungen unterscheiden sich weltweit stark und werden nicht in allen Ländern gleich streng kotrolliert. 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 Geschäftsbedingungen beispielsweise auf die Einhaltung des BSCI Code of Conduct, der auf den international anerkannten Arbeitsnormen der International Labor Organisation der UN basiert. Diese beinhalten unter anderem:

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

GRI 308-1 GRI 414-1 In der Europäischen Union ist die Einhaltung dieser Standards mehr oder weniger selbstverständlich und wird staatlich kontrolliert. In diesen Ländern besteht daher ein geringes Risiko der Missachtung dieser Grundregeln. In Ländern außerhalb Europas bezieht sich SPAR auf die Risikoeinschätzung von Amfori BSCI und baut ein risikobasiertes Auditsystem auch für Sozial- und Umweltstandards auf. Lieferanten von SPAR in Österreich verpflichten sich zukünftig vertraglich, in ihren Produktionsbetrieben einen international anerkannten Sozial-Standard, wie Amfori 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 E-MAS. Falls zum Zeitpunkt der Erstanlieferung noch keine unabhängige Zertifizierung vorliegt, muss sich der Lieferant zur Einhaltung dieser Umwelt- und Arbeitnehmer-Schutzmaßnahmen verpflichten und spätestens binnen eines Jahres eine Zertifizierung nachholen. SPAR in Österreich fordert von allen Lebensmittel-Lieferanten, die aus Risikoländern nach Amfori-BSCI-Definition stammen, Bestätigungen der Standard-Einhaltung durch externe Auditoren ein. Alle bestehenden und neuen Lebensmittel-Lieferanten von SPAR Österreich wurden 2019 anhand der Risikoanalyse bewertet und von allen Lieferanten aus Risikoländern Bestätigungen für ihre ökologischen und sozialen Zertifizierungen eingeholt.

Die Einhaltung dieser Standards soll einerseits durch externe Auditoren der Zertifizierungsorganisationen sichergestellt werden, andererseits durch eigene Kontrollen von SPAR, die in manchen Sortimenten bereits heute üblich sind. So führen beispielsweise drei eigene Auditoren des SPAR-Gemüseimporteurs regelmäßig bei SPAR-Lieferanten in Süditalien und Spanien unangekündigte Kontrollen mit Fokus auf Produktqualität und Arbeitsbedingungen durch, da landwirtschaftliche Betriebe in diesen Gegenden immer wieder in Kritik wegen des Verdachts von illegaler Beschäftigung oder schlechter Bezahlung von Ernte-Arbeitern stehen. SPAR-Einkäufer selbst besuchen regelmäßig die Bananen-Plantagen für die SPAR-Bio- und SPAR-Premiumbananen und vergewissern sich von der Einhaltung von Standards der Rainforest-Alliance und Fairtrade. 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 hat 2019 alle Lieferanten zu ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten befragt. Abgefragt werden beispielsweise die Quellen der eingesetzten Energie oder die Emissionsstandards der Fahrzeuge, mit denen an SPAR geliefert wird. Der Fragebogen ist Teil der Lieferverträge geworden. In weiterer Folge soll dieser Fragebogen auch in die Bewertung und Auswahl von Lieferanten einfließen.

3.15.3. 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 seit 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.

3.15.4. 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, die Auftragnehmer zur Einhaltung der sozial-, steuer- und arbeitsrechtlichen Vorschriften für die gesamte

Vertragsdauer verpflichten, insbesondere auch zu jenen des Ausländerbeschäftigungsgesetzes und Lohn- und Sozialdumping-Bekämpfungsgesetzes. Die Auftragnehmer haben zu diesem Zweck die entsprechenden Unterlagen innerhalb einer bestimmten Frist vorzulegen. Zur Überwachung nach dem Auslän-

derbeschäftigungsgesetz gibt es ein Bestätigungsblatt, mit welchem der Auftragnehmer die Einhaltung garantiert bzw. aufgefordert wird, entsprechende Nachweise vorzulegen. SES pflegt dabei eine Null-Toleranz-Politik, prüft die Einhaltung von Bestimmungen durch die eigene Bauaufsicht und durch behördliche Kontrollen.

3.16. Hohe Standards in SPAR-Produktionsbetrieben

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

3.16.1. 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 Ungarn

wurde beispielsweise die Qualitätszertifizierung nach ISO22000:2005 im Jahr 2019 abermals bestätigt und verlängert.

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 (siehe S.44).

3.16.2. 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. 2019 hat REGIO auch erstmals Single Origins abgefüllt, die direkt von Kaffee-Kooperativen in Brasilien bezogen wurden. 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.

3.16.3. 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.

3.16.4. 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.

3.17. 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 begrüßt die wesentliche Intention der UTP-Richtlinie, bestimmte Handelspraktiken in der Lebensmittel-Versorgungskette zu verbieten, um dadurch die wirtschaftliche Position von klein- und mittelständischen landwirtschaftlichen Betrieben zu stärken. Kritisch sieht SPAR die in Änderungsanträgen vorgeschlagenen Verbote von Handelsgenossenschaften sowie von Standard-Vorgaben über dem gesetzlichen Niveau. Diese Punkte sowie der Schutz von industriellen Lebensmittelproduzenten würden eine deutliche Verschlechterung für Konsumenten bedeuten.

Bereits vor der Umsetzung der EU-Richtlinie hat sich SPAR in Österreich freiwillig zu einem Fairnesskatalog gegen unfaire Geschäftspraktiken verpflichtet, der von der Bundeswettbewerbsbehörde und dem Ministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus ausgearbeitet wurde. SPAR begrüßt die Initiative, einen klaren Standard für die geschäftlichen Beziehungen zwi-

schen 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. Die bereits 2018 angekündigte Ombudsstelle, an die sich landwirtschaftliche Produzenten bei möglichen Verstößen gegen diesen Fairnesskatalog wenden können, ist bis Ende 2019 noch nicht eingerichtet worden.

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 regel-

mäßig 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 aus-

zurichten. 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.

3.18. 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

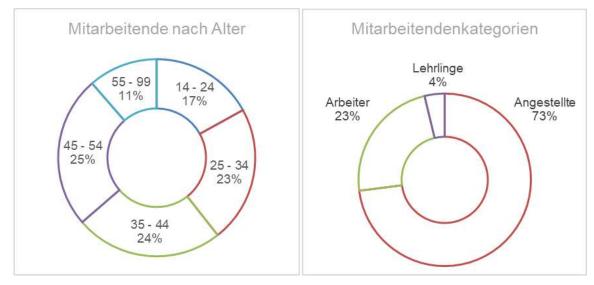
GRI 102-8

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 2019 ist die SPAR-Familie

deutlich gewachsen. Insgesamt waren im Laufe des Jahres 87.720 Menschen bei der SPAR HOLDING angestellt. Am Stichtag 31.12.2019 waren um 2.062 Mitarbeitende mehr angestellt als im Vorjahr, das entspricht einem Wachstum von rund drei Prozent..



Für die SPAR HOLDING haben 2019 abermals mehr Menschen gearbeitet als im Vorjahr.



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

Mitarbeitende der SPAR Holding AG (Anzahl / %)

		2019						2018						2017					
		weil	olich	män	nlich	Ges	amt	weil	olich	män	nlich	Ges	amt	weil	olich	män	nlich	Ges	samt
Regionen	Österreich	27.001	38,59%	9.801	14,01%	36.802	52,59%	26.103	38,43%	9.368	13,79%	35.471	52,23%	25.868	38,64%	9.110	13,61%	34.978	52,24%
	Tschechien	150	0,21%	77	0,11%	227	0,32%	147	0,22%	111	0,16%	258	0,38%	162	0,24%	113	0,17%	275	0,41%
	Deutschland	60	0,09%	57	0,08%	117	0,17%	53	0,08%	48	0,07%	101	0,15%	51	0,08%	59	0,09%	110	0,16%
	Kroatien	3.628	5,18%	1.234	1,76%	4.862	6,95%	3.443	5,07%	1.203	1,77%	4.646	6,84%	3.457	5,16%	1.168	1,74%	4.625	6,91%
	Ungarn	10.552	15,08%	3.588	5,13%	14.140	20,21%	10.502	15,46%	3.504	5,16%	14.006	20,62%	10.527	15,72%	3.386	5,06%	13.913	20,78%
	Rumänien	268	0,38%	204	0,29%	472	0,67%	230	0,34%	184	0,27%	414	0,61%	177	0,26%	144	0,22%	321	0,48%
	Slowenien	3.870	5,53%	1.230	1,76%	5.100	7,29%	3.808	5,61%	1.185	1,74%	4.993	7,35%	3.758	5,61%	1.142	1,71%	4.900	7,32%
	Italien	5.298	7,57%	2.959	4,23%	8.257	11,80%	5.114	7,53%	2.912	4,29%	8.026	11,82%	5.001	7,47%	2.831	4,23%	7.832	11,70%
	Gesamt	50.827	72,63%	19.150	27,37%	69.977		49.400	72,74%	18.515	27,26%	67.915		49.001	73,19%	17.953	26,81%	66.954	
-																			
Altersstufen	14 - 24	7.639	11%	4.231	6%	11.870	17%	7.492	11%	4.182	6%	11.674	17%	7.776	12%	4.005	6%	11.781	18%
	25 - 34	10.904	16%	4.776	7%	15.680	22%	10.827	16%	4.595	7%	15.422	23%	10.853	16%	4.568	7%	15.421	23%
	35 - 44	12.624	18%	4.370	6%	16.994	24%	12.576	19%	4.271	6%	16.847	25%	12.755	19%	4.167	6%	16.922	25%
	45 - 54	13.715	20%	3.748	5%	17.463	25%	13.335	20%	3.597	5%	16.932	25%	13.029	19%	3.479	5%	16.508	25%
	55 - 99	5.945	8%	2.025	3%	7.970	11%	5.170	8%	1.870	3%	7.040	10%	4.588	7%	1.734	3%	6.322	9%

Die Aufteilung der Altersgruppen unterscheidet sich aufgrund interner Bedürfnisse und bestehender interner Auswertungen von den Altersgruppen nach GRI-Vorgaben zu sozialen Themen.

GRI 401-1

Neue Mitarbeitende (Anzahl / %)

		2019						2018						2017					
		weib	lich	män	nlich	Ges	amt	weik	olich	män	nlich	Ges	amt	weik	olich	män	nlich	Ges	samt
Regionen	Österreich	8.139	30%	3.803	39%	11.942	32%	7.080	27%	3.429	37%	10.509	30%	7.387	29%	3.539	39%	10.926	31%
	Tschechien	61	41%	20	26%	81	36%	66	45%	56	50%	122	47%	69	43%	59	52%	128	47%
	Deutschland	32	53%	51	89%	83	71%	25	47%	14	29%	39	39%	31	61%	58	98%	89	81%
	Kroatien	1.286	35%	640	52%	1.926	40%	1.239	36%	616	51%	1.855	40%	2.047	59%	780	67%	2.827	61%
	Ungarn	2.197	21%	964	27%	3.161	22%	2.185	21%	982	28%	3.167	23%	2.614	25%	1.083	32%	3.697	27%
	Rumänien	231	86%	238	117%	469	99%	227	99%	211	115%	438	106%	203	115%	182	126%	385	120%
	Slowenien	574	15%	315	26%	889	17%	564	15%	262	22%	826	17%	560	15%	269	24%	829	17%
	Italien	724	58%	530	42%	1.254	15%	638	54%	545	46%	1.183	15%	678	54%	572	46%	1.250	16%
	Gesamt	13.244	67%	6.561	33%	19.805	28%	12.024	66%	6.115	34%	18.139	27%	13.589	68%	6.542	32%	20.131	30%
Altersstufen	14 - 24	5.151	67%	3.280	78%	8.431	71%	4.700	63%	3.184	76%	7.884	68%	5.284	68%	3.348	84%	8.632	73%
	25 - 34	2.980	27%	1.690	35%	4.670	30%	2.894	27%	1.474	32%	4.368	28%	3.207	30%	1.654	36%	4.861	32%
	35 - 44	2.213	18%	810	19%	3.023	18%	1.904	15%	760	18%	2.664	16%	2.412	19%	842	20%	3.254	19%
	45 - 54	1.614	12%	452	12%	2.066	12%	1.408	11%	433	12%	1.841	11%	1.627	12%	381	11%	2.008	12%
	55 - 99	1.286	22%	329	16%	1.615	20%	1.118	22%	264	14%	1.382	20%	1.059	23%	317	18%	1.376	22%

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

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

		2019						2018						2017					
		weit	lich	män	nlich	Ges	amt	weil	olich	män	nlich	Ges	amt	weil	olich	män	nlich	Ges	amt
Regionen	Österreich	7.241	27%	3.370	34%	10.611	29%	6.845	26%	3.171	34%	10.016	28%	6.828	26%	3.204	35%	10.032	29%
	Tschechien	71	47%	41	53%	112	49%	81	55%	58	52%	139	54%	77	48%	62	55%	139	51%
	Deutschland	25	42%	42	74%	67	57%	23	43%	25	52%	48	48%	23	45%	41	69%	64	58%
	Kroatien	1.101	30%	609	49%	1.710	35%	1.255	36%	582	48%	1.837	40%	910	26%	389	33%	1.299	28%
	Ungarn	2.147	20%	880	25%	3.027	21%	2.210	21%	864	25%	3.074	22%	2.436	23%	902	27%	3.338	24%
	Rumänien	196	73%	215	105%	411	87%	174	76%	171	93%	345	83%	171	97%	150	104%	321	100%
	Slowenien	512	13%	270	22%	782	15%	513	13%	220	19%	733	15%	478	13%	273	24%	751	15%
	Italien	540	10%	483	16%	1.023	12%	524	10%	465	16%	989	12%	515	10%	471	17%	986	13%
	Gesamt	11.833	23%	5.910	31%	17.743	25%	11.625	24%	5.556	30%	17.181	25%	11.438	23%	5.492	31%	16.930	25%
		1												1					
Altersstufen	14 - 24	4.601	60%	2.974	70%	7.575	64%	4.594	61%	2.766	66%	7.360	63%	4.634	60%	2.856	71%	7.490	64%
	25 - 34	2.779	25%	1.523	32%	4.302	27%	2.714	25%	1.454	32%	4.168	27%	2.741	25%	1.361	30%	4.102	27%
	35 - 44	1.914	15%	695	16%	2.609	15%	1.958	16%	683	16%	2.641	16%	1.963	15%	678	16%	2.641	16%
	45 - 54	1.485	11%	387	10%	1.872	11%	1.389	10%	359	10%	1.748	10%	1.234	9%	337	10%	1.571	10%
	55 - 99	1.054	18%	331	16%	1.385	17%	970	19%	294	16%	1.264	18%	866	19%	260	15%	1.126	18%

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

Mitarbeitende nach Arbeitsverträgen

		2019						2018						2017					
		weil	blich	män	nlich	Ges	amt	weil	olich	mär	nnlich	Ges	samt	wei	blich	mär	nlich	Ges	amt
permanent	Österreich	27.001	73%	9.801	27%	36.802	100%	26.103	74%	9.368	26%	35.471	100%	25.868	74%	9.110	26%	34.978	100%
	Tschechien	90	40%	62	27%	152	67%	105	41%	80	31%	185	72%	110	40%	91	33%	201	73%
	Deutschland	60	51%	57	49%	117	100%	53	52%	48	48%	101	100%	29	26%	23	21%	52	47%
	Kroatien	3.010	62%	998	21%	4.008	82%	2.793	60%	904	19%	3.697	80%	2.574	56%	826	18%	3.400	74%
	Ungarn	10.041	71%	3.397	24%	13.438	95%	9.935	71%	3.284	23%	13.219	94%	9.795	70%	3.158	23%	12.953	93%
	Rumänien	205	43%	145	31%	350	74%	149	36%	111	27%	260	63%	112	35%	84	26%	196	61%
	Slowenien	3.738	73%	1.156	23%	4.894	96%	3.376	68%	989	20%	4.365	87%	3.430	70%	1.027	21%	4.457	91%
	Italien	4.817	58%	2.640	32%	7.457	90%	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%	0	0%	0	0%	0	0%
	Tschechien	60	26%	14	6%	74	33%	48	19%	25	10%	73	28%	52	19%	22	8%	74	27%
	Deutschland	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	27	25%	31	28%	58	53%
	Kroatien	618	13%	236	5%	854	18%	650	14%	299	6%	949	20%	883	19%	342	7%	1.225	26%
	Ungarn	511	4%	191	1%	702	5%	568	4%	220	2%	788	6%	732	5%	228	2%	960	7%
	Rumänien	63	13%	59	13%	122	26%	81	20%	73	18%	154	37%	65	20%	60	19%	125	39%
	Slowenien	132	3%	74	1%	206	4%	432	9%	196	4%	628	13%	328	7%	115	2%	443	9%
	Italien	481	6%	319	4%	800	10%	644	8%	458	6%	1.102	14%	820	10%	621	8%	1.441	18%

Mitarbeitende nach Beschäftigungsverhältnis

		2019			2018			2017		
Beschäfti-										
gungs-	Vollzeit	28.615 41%	16.273 23%	44.888 64%	27.907 41%	15.853 23%	43.760 64%	27.479 41%	15.397 23%	42.876 64%
verhältnis	Teilzeit	22.212 32%	2.876 4%	25.088 36%	21.494 32%	2.662 4%	24.156 36%	21.522 32%	2.556 4%	24.078 36%

GRI 405-1

Mitarbeitende nach Kategorie

		2019					2018			2017		
		weil	olich	mänı	nlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Angestellte	Österreich	23.786	65%	5.887	16%	29.673 81%	22.841 64%	5.560 16%	28.401 80%	22.513 64%	5.470 16%	27.983 80%
	Tschechien	150	66%	77	34%	227 100%	147 57%	111 43%	258 100%	162 59%	113 41%	275 100%
	Deutschland	57	49%	45	38%	102 87%	51 50%	35 35%	86 85%	48 44%	49 45%	97 88%
	Kroatien	3.628	75%	1.234	25%	4.862 100%	3.443 74%	1.203 26%	4.646 100%	3.457 75%	1.168 25%	4.625 100%
	Ungarn	1.805	13%	659	5%	2.464 17%	1.801 13%	643 5%	2.444 17%	1.784 13%	635 5%	2.419 17%
	Rumänien	268	57%	204	43%	472 100%	230 56%	184 44%	414 100%	177 55%	144 45%	321 100%
	Slowenien	3.870	76%	1.230	24%	5.100 100%	3.808 76%	1.185 24%	4.993 100%	3.758 77%	1.142 23%	4.900 100%
	Italien	5.282	64%	2.888	35%	8.170 99%	5.099 64%	2.838 35%	7.937 99%	4.993 64%	2.764 35%	7.757 99%
Arbeiter	Österreich	2.091	6%	3.104	8%	5.195 14%	2.184 6%	3.051 9%	5.235 15%	2.278 7%	2.961 8%	5.239 15%
	Tschechien	0	0%	0	0%	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%	0 0%	0 0%
	Kroatien	0	0%	0	0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Ungarn	8.264	58%	2.748	19%	11.012 78%	8.155 58%	2.655 19%	10.810 77%	8.071 58%	2.557 18%	10.628 76%
	Rumänien	0	0%	0	0%	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%	0 0%	0 0%
	Italien	6	0%	57	1%	63 1%	8 0%	63 1%	71 1%	8 0%	64 1%	72 1%
Lehrlinge	Österreich	1.124	3%	810	2%	1.934 5%	1.078 3%	757 2%	1.835 5%	1.077 3%	679 2%	1.756 5%
	Tschechien	0	0%	0	0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Deutschland	3	3%	12	10%	15 13%	2 2%	13 13%	15 15%	3 3%	10 9%	13 12%
	Kroatien	0	0%	0	0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Ungarn	483	3%	181	1%	664 5%	547 4%	206 1%	753 5%	672 5%	194 1%	866 6%
	Rumänien	0	0%	0	0%	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%	0 0%	0 0%
	Italien	10	0%	14	0%	24 0%	7 0%	11 0%	18 0%	0 0%	0 0%	0 0%

GRI 405-1

Zusammensetzung der Führungskräfte

		2019			2018			2017		
		weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt	weiblich	männlich	Gesamt
Führungs- kräfte	14 - 24	153 2%	68 1%	221 4%	170 3%	78 1%	248 4%	188 3%	76 1%	264 4%
	25 - 34	646 11%	474 8%	1.120 18%	625 10%	460 7%	1.085 18%	651 11%	458 8%	1.109 18%
	35 - 44	1.162 19%	645 11%	1.807 29%	1.230 20%	664 11%	1.894 31%	1.237 20%	662 11%	1.899 31%
	45 - 54	1.510 25%	634 10%	2.144 35%	1.496 24%	639 10%	2.135 35%	1.421 24%	619 10%	2.040 34%
	55 - 99	517 8%	318 5%	835 14%	466 8%	315 5%	781 13%	418 7%	308 5%	726 12%
	Gesamt	3.988 65%	2.139 35%	6.127	3.987 65%	2.156 35%	6.143	3.915 65%	2.123 35%	6.038

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

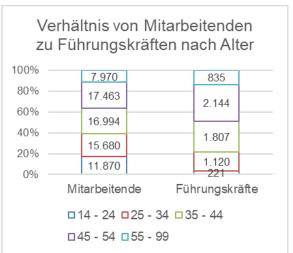
4.2. Vielfalt unter den Mitarbeitenden

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.

In Ungarn hat SPAR 2019 einen Schwerpunkt

auf die Beschäftigung von Menschen mit Beeinträchtigungen gelegt. Bereits 119 Mitarbeiter mit verminderter Erwerbsfähigkeit haben bei SPAR Ungarn einen sicheren Arbeitsplatz gefunden. 2019 bot SPAR Ungarn zehn Jugendlichen mit Autismus die Chance auf einen Arbeitsplatz. Gemeinsam mit der gemeinnützigen Organisation Janka Tanya verfolgt SPAR Ungarn das Ziel Menschen mit Autismus am Gesellschaftsleben teilnehmen und tagsüber einer Beschäftigung nachgehen zu lassen. Der Dokumentarfilm "Hosszú út - Langer Weg" zeigt den Alltag von Jugendlichen mit Autismus. Die Darsteller leben in der Tótvázsonver Hilfsgemeinschaft und zeigen im Film ein ermutigendes Beispiel sozialer Integration. SPAR unterstützte den Dreh unter anderem auch in SPAR-Märkten, in denen Menschen mit Autismus beschäftigt sind.





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

GRI 405-2

GRI 406-1

Bei Ausbildung, Bezahlung und beruflichem Aufstieg ist SPAR die Chancengleichheit unabhängig von Diversitätsmerkmalen wichtig. Einstiegsgehälter werden daher nicht nach Geschlecht, sondern rein nach Qualifikation festgelegt. Für die Möglichkeiten der weiteren Entwicklung im Unternehmen zählen sowohl die beruflichen Qualifikationen als auch das

persönliche Engagement der Mitarbeitenden. Daher werden von SPAR auch keine Diversitätsmerkmale wie Glaube, kultureller Hintergrund oder sexuelle Orientierung von Mitarbeitenden gespeichert. Diskriminierung und Belästigung am Arbeitsplatz werden bei SPAR nicht geduldet. Daher geht SPAR jedem Einzelfall im Detail nach. Im Jahr 2019 hat es in

der SPAR-Gruppe zwei Beschwerden in Österreich aufgrund von möglicher Diskriminierung gegeben, eine davon ist bei der Gleich-

behandlungskommission 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 Ausund Weiterbildung. Im umfassenden Angebot an Fachschulungen, Seminaren und Lehrgängen findet jeder Mitarbeitende die passende Ausbildung für die berufliche und persönliche Qualifikation.

SPAR KPI

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 im Verkauf ihre Soll-Ausbildung absolviert haben, ein höherer Anteil ist aufgrund des im Handel üblichen laufenden Wechsels schwer erreichbar. In Österreich haben mit Ende 2019 über 80 Prozent der Mitarbeitenden im Verkauf ihre Soll-Ausbildung absolviert. Daten für die übrigen Länder liegen erst nach Einführung des neuen Ausbildungssystems vor. Zusätzlich zur Soll-Ausbildung bietet SPAR in allen Ländern weitere Fachschulungen sowie Trainings zu Persönlichkeit und Führung an.



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

GRI 404-3

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 jewei-

lige 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.

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 ist dadurch für Mitarbei-

tende und Führungskräfte noch einfacher geworden. Seit 2017 ist das System bei Hervis flächendeckend im Einsatz, 2019 wurde es auch im österreichischen Lebensmittelhandel eingeführt, weitere Länder folgen Schritt für Schritt.

Unter anderem wurde für Filialmitarbeitende im Lebensmittelhandel Österreich Ende 2019 ein neuer E-Learningkurs zu Nachhaltigkeitsthemen wie Zucker- und Palmölreduktion, Tierwohl sowie Energiereduktion online gestellt, der Mitarbeitende noch besser auf Nachhaltigkeitsfragen durch Kunden vorbereiten soll

4.3.2. Berufseinsteiger: Ausbildung von zukünftigen Fachkräften



In Österreich bildet die SPAR HOLDING Lehrlinge in 21 verschiedenen Berufen aus.

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. Rund 590 Schülerinnen und Schüler aus Fachschulen für Handelsberufe absolvierten im vergangenen Jahr ihre Praktika in SPAR-Supermärkten und INTERSPAR-Märkten, 397 von ihnen legten erfolgreich ihre Berufsprüfungen ab. SPAR sichert ihnen für ihre gesamte zweijährige Ausbildungszeit die Praktikumsstellen in 162 SPAR- und 34 INTERSPAR-Märkten zu.

In Kroatien ermöglicht SPAR in Zusammenarbeit mit Berufsschulen den Schülern ein Praktikum in SPAR Filialen. Im Schuljahr 2018/2019 haben etwa 180 Schüler ihr Praktikum in SPAR- und INTERSPAR-Filialen absolviert

In Österreich bildet SPAR im vergangenen Jahr 1934 Lehrlinge in 21 unterschiedlichen Lehrberufen aus - von Einzelhandelskauffrau/-mann mit Schwerpunkt Feinkostfachverkauf über Bäcker/-in und Koch/Köchin bis zu IT-Techniker/-in und eCommerce-Kaufmann-/Kauffrau. 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 2019 zum dritten Mal durchgeführt.

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 Schuljahr 2019/20 haben insgesamt 12 Mitarbeiter die Umschulung zum Fleischer/Bäcker erfolgreich abgeschlossen, weitere sieben werden im August 2020 folgen. Die umgeschulten Mitarbeiter arbeiten bereits in ihren neuen und besser bezahlten Berufen in den SPAR-Filialen.

Seit Herbst 2018 bilden Hervis und INTER-SPAR als einige der ersten Unternehmen Österreichs erstmals Jugendliche im neuen Lehrberuf "E-Commerce-Kaufmann/Kauffrau" aus. Jährlich vier Lehrlinge werden in dieser Lehre auf die speziellen Aufgaben des Onlinehandels mit Sportwaren, Küchen- und Haushaltsartikel sowie Lebensmittel vorbereitet. Ab 2020 rekrutiert Hervis Lehrlinge für neuen Lehrberuf "Fahrradmechatroniker und -mechatronikerin" und "Sportgerätefachkraft"

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

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 Osterreich fördert SPAR diverse Bildungseinrichtungen, wie beispielsweise den Studiengang Smart Building der Fachhochschule Salzburg. Im Juli 2019 hat SPAR zum sechsten Mal ein Management-Traineeprointernationales gramm für Universitäts- und FH-Absolventinnen und -Absolventen gestartet. 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. SES nimmt ebenfalls am Trainee-Programm des Konzerns zur Ausbildung von Nachwuchsführungskräften teil.

GRI 404-1

Aus- und Weiterbildung für Mitarbeitende

		2019			2018			2017		
		Präsenz- schulungen h pro TN MA	Online- schulungen h pro TN MA	Gesamt h pro TN MA	Präsenz- schulungen h pro TN MA	Online- schulungen h pro TN MA	Gesamt h pro TN MA	Präsenz- schulungen h pro TN MA	Online- schulungen h pro TN MA	Gesamt h pro TN MA
Schulungen	Österreich	12.429 0:29	23.943 ¹ 1:22 ¹	36.372 1:52	28.251 10:23	n.v. ¹ n.v. ¹	28.251 10:36	29.647 10:56	189.641 3:02	219.288 13:59
	Tschechien	24 1:47	0 0:00	24 1:47	30 2:05	180 2:47	210 4:53	27 2:14	370 8:52	397 11:07
	Deutschland	n.v. ² n.v. ²	n.v. ² n.v. ²	n.v. ² n.v. ²	41 8:42	82 4:57	123 13:39	10 3:12	105 9:14	115 12:26
	Kroatien	2.871 3:50	1.723 0:24	4.594 4:14	1.745 9:38	1.887 1:19	3.632 10:58	1.143 3:11	384 0:20	1.527 3:32
	Ungarn	3.643 9:04	3.930 0:53	7.573 9:57	11.084 9:33	7.812 1:59	18.896 11:32	11.692 9:10	4.437 1:42	16.129 10:52
	Rumänien	126 2:58	n.v. ³ n.v. ³	126 2:58	98 0:15	380 4:02	478 4:17	10 1:29	339 4:38	349 6:08
	Slowenien	7.186 5:58	1.410 0:33	8.596 6:31	6.718 6:06	2.443 0:48	9.161 6:54	7.539 5:56	1.429 0:38	8.968 6:35
	Italien	7.889 11:25	2.801 1:53	10.690 13:19	7.285 11:20	304 1:43	7.589 13:04	7.078 11:21	673 1:48	7.751 13:09
	Konzern	34.168 4:10	33.807 1:11	67.975 5:21	55.252 9:52	13.088 0:55	68.340 10:47	57.146 9:37	197.378 2:18	254.524 11:55

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

¹ Durch die Umstellung des eLearning-Systems in Österreich auf ein neues System im Jahr 2018 wurden 2019 erstmals Schulungsstunden komplett in diesem neuen System erfasst. Die Zahlen von 2019 sind nicht mit den Vorjahren vergleichbar.

² Die Schulungsstunden von Hervis Deutschland sind in den Zahlen für Österreich enthalten, da Hervis Deutschland mit der Umstellung des österreichischen eLearning-Systems dieses mitnutzt.

³ Für Hervis Rumänien liegen für 2019 keine Nachweise für Online-Schulungen vor.

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 Gesundheitskommunikation, 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 BGF ausgezeichnet. 2019 hat auch die SPAR-Zweigniederlassung Graz erfolgreich die Zertifizierung gestartet. Die verbleibende Region Kärnten soll folgen. 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

		2019 weiblich	männlich	Gesamt	2018 weiblich	männlich	Gesamt	2017 weiblich	männlich	Gesamt
Verletzungen	Österreich	920 2%	431 1%	1.351 4%	873 2%	409 1%	1.282 4%	752 2%	353 1%	1.105 3%
Verletzungsrate	Tschechien	3 1%	0 0%	3 1%	1 0%	2 1%	3 1%	2 1%	2 1%	4 1%
	Deutschland	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
	Kroatien	114 2%	40 1%	154 3%	113 2%	47 1%	160 3%	83 2%	37 1%	120 3%
	Ungarn	285 2%	205 1%	490 3%	229 2%	145 1%	374 3%	217 2%	157 1%	374 3%
	Rumänien	0 0%	0 0%	0 0%	93 22%	38 9%	131 32%	73 23%	28 9%	101 31%
	Slowenien	114 2%	52 1%	166 3%	79 2%	44 1%	123 2%	87 2%	49 1%	136 3%
	Italien	221 3%	138 2%	359 4%	194 2%	146 2%	340 4%	231 3%	144 2%	375 5%
-										
Ausfalltage	Österreich	12.189 0,11%	5.052 0,05%	17.240 0,16%	11.041 0,10%	4.647 0,04%	15.688 0,15%	9.500 0,09%	4.268 0,04%	13.768 0,13%
durch	Tschechien	159 0,22%	0 0,00%	159 0,22%	4 0,01%	49 0,06%	53 0,07%	59 0,07%	22 0,03%	81 0,10%
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	4.963 0,34%	1.370 0,09%	6.333 0,43%	4.219 0,30%	1.193 0,09%	5.412 0,39%	2.214 0,16%	878 0,06%	3.092 0,22%
bezogen auf	Ungarn	5.818 0,14%	4.156 0,10%	9.974 0,23%	4.597 0,11%	3.458 0,08%	8.055 0,19%	4.308 0,10%	3.584 0,09%	7.891 0,19%
Arbeitstage	Rumänien	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1.310 1,05%	344 0,28%	1.654 1,33%	1.270 1,32%	201 0,21%	1.471 1,53%
	Slowenien	3.511 0,23%	1.212 0,08%	4.723 0,31%	3.002 0,20%	1.178 0,08%	4.180 0,28%	2.558 0,17%	840 0,06%	3.398 0,23%
	Italien	2.956 0,12%	1.984 0,08%	4.940 0,20%	4.005 0,17%	2.709 0,11%	6.715 0,28%	5.118 0,22%	2.908 0,12%	8.026 0,34%
	Konzern	29.596 0,14%	13.774 0,07%	43.369 0,21%	28.179 0,14%	13.578 0,07%	41.757 0,20%	25.027 0,12%	12.700 0,06%	37.727 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	1	1	0	0	0	0	0	0
	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. 2019 ist auch die SPAR-Region Vorarl-

berg nach diesem Gütesiegel zertifiziert worden. Die Umsetzung familienrelevanter Projekte, die den oftmals schwierigen Spagat zwischen den familiären und beruflichen Verpflichtungen erleichtern sollen, steht dabei im Mittelpunkt. Dazu zählen unter anderem ein aktives Karenzmanagement, um den Wiedereinstieg nach der Karenz zu erleichtern, eine flexible Arbeitszeitgestaltung mit möglicher geringfügiger Beschäftigung während der Karenz, Elternteilzeit bis zum 7. Geburtstag des Kindes, flexible Vereinbarung von Teilzeitarbeit und die Gleitzeit-Regelung für Büromitarbeitende sowie die Unterstützung von Mitarbeitenden, die pflegebedürftige Angehörige betreuen. SES bietet in den beiden Shoppingcentern EUROPARK Salzburg und SILLPARK Innsbruck einen ganzjährig geöffneten Betriebskindergarten für Kinder von Mitarbeiten-

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

4.5.2. Ehrungen für langjährige Mitarbeitende

GRI 201-3

SPAR entrichtet in allen Ländern die gesetzlich vorgesehenen Beiträge für die jeweiligen Pensionssysteme. Langjährige Mitarbeitende sind durch ihr Praxiswissen und ihre Erfahrung besonders wichtig für das Unternehmen. Daher ehrt SPAR langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei regelmäßigen Festen und belohnt ihre Treue mit Zusatzleistungen. Je

nach Dienstjubiläum und Region erhalten Mitarbeiter Prämien, Vergünstigungen oder zusätzliche Urlaubstage vom Unternehmen sowie Anerkennungen des Betriebsrats. Ab dem zehnten Jahr der Betriebszugehörigkeit zahlt SPAR in Österreich außerdem einen freiwilligen Betrag in eine private Pensionsversicherung ein (Details siehe Betriebsvereinbarung).

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 2019 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. 2019 haben also wieder die SPAR-Länder Österreich, Italien, Kroatien und Slowenien alle Mitarbeitenden nach ihrer Zufriedenheit mit Aufgaben, Arbeitsplatz und Führungskräften befragt. SPAR Ungarn hat weiterhin eine eigene Mitarbeiter-Befragung. Aussagekräftig für SPAR sind dabei nicht nur die konkrete Bewertung von Führungskraft und Arbeitsplatz, sondern auch die 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. Mit über 35.600 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. 85 Prozent aller Teilnehmenden haben angegeben, SPAR in Ihrem Umfeld als Arbeitgeber weiterzuempfehlen.

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



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 3.15), durch regionalen Bezug (siehe Kapitel 0) 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.

Die SPAR Österreichische Warenhandels AG inklusive ihrer Zweigniederlassungen und Produktionsbetrieben sowie Hervis verfügen seit 2016 über ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 und wurden 2019 erfolgreich rezertifiziert. In Slowenien ist das System nach der ISO Energiemanagement-Norm seit 2018 im Einsatz und wurde 2019 erneuert. SES führte für die österreichischen Center sowie für alle INTERSPAR- und Maximarkt-Standorte das Energiemanagementsystem nach ISO 50001:2018 ein, welches 2019 durch den TÜV

AUSTRIA zertifiziert wurde. Als Entwickler, Errichter und Betreiber von Handelsimmobilien verpflichtet sich SES einen noch stärkeren Beitrag zum Klimaschutz durch nachhaltige Immobilienentwicklung zu leisten. In ihrer Energiepolitik verschärfte auch SES ihre Klimaziele für Shopping-Center. Ziele des Managementsystems sind die Transparenz aller Energieströme im Unternehmen, die systematische Verbesserung des Energieeinsatzes, des Energieverbrauchs und der Energieeffizienz und damit die Reduzierung der CO₂-Emissionen

In der italienischen 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. 2019 wurde die Zertifizierung für zwei Zentralen und 43 Supermärkte erneuert und auf drei neue Supermärkte erweitert. 37 INTERSPAR-Hypermärkte wurden in die Zertifizierung aufgenommen. Der TÜV hat im Rahmen der Zertifizierung die Langlebigkeit der Märkte und die Fachkenntnis der Energiemanager besonders positiv hervorgehoben.

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 Plusund 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 CO₂-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 CO₂ um. Zum Einsatz kommen CO₂-Kaskadenkühlungen, die von einer zentralen Kälteanlage aus alle fix verbauten Kühl- und Tiefkühlvitrinen mit Kälte versorgen. Im Jahr 2019 verbaute SPAR in Slowenien in den beiden neuen Märkten in Bled und Mozirje eine CO₂-Kälteanlage mit

Wärmerückgewinnung. In den TANN-Produktionsbetrieben in Föderlach und St. Pölten wurden die Kälteanlagen auf den modernsten Standard der CO₂-Kaskadenkühlung umgestellt. Allein diese beiden Anlagen werden rund 17 Tonnen CO₂-Einsparung bringen. Insgesamt investiert SPAR hier rund 15 Mio. Euro in Kälteanlagen ohne CO₂-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 vom Standard 2008 bis zum heutigen Stand um 66 Prozent gesenkt werden. Die Entwicklung von LED wird laufend fortgeführt, um weitere Einsparungen im Betrieb zu erzielen. So hat beispielsweise die LED-Beleuchtung für einen durchschnittlichen 600m² großen SPAR-Supermarkt mit dem LED-Standard von 2008 rund 58.000 kWh Strom pro Jahr verbraucht, der LED-Standard von 2019 verbraucht nur mehr rund 20.000 kWh jährlich, also um 2/3 weniger Energie. Daher stellt SPAR auch fortlaufend die Beleuchtung von Märkten auf die neueste Technologie um. Beispielsweise wurde 2019 die Beleuchtung in der SPAR-Zentrale Ljubljana sowie in zwei INTERSPARund zwölf SPAR-Märkten in Slowenien getauscht. Im EUROPARK Salzburg und SILL-PARK Innsbruck wurden die Tiefgaragen saniert und dabei die Beleuchtung auf LED umgestellt. Dadurch können pro Jahr über 850.000 kWh Strom eingespart werden.

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. Weiter verstärkt wird diese Ambition in Österreich durch die Ankündigungen im Regierungsprogramm, das einen schrittweisen Ausstieg aus Kohle- und Ölheizungen ab 2021 bis spätestens 2045 vorsieht und ab 2025 keine Gasheizungen in Neubauten mehr erlauben wird. SPAR ist auf diese Vorgaben gut vorbereitet, hat 2019 an fünf Standorten bestehende Öl-Heizungen ersetzt und wird die verbleibenden 30 Anlagen im Rahmen der üblichen Renovierungsfrequenz deutlich vor der gesetzlich nötigen Umstellung ersetzt haben. Ebenfalls zu erwarten ist ein Verbot von Gasheizungen in Neubauten ab 2021. SPAR baut bereits seit vielen Jahren keine Gasheizungen in Neubauten ein, sondern setzt auf zentrale Heiz- und Kälteanlagen mit Betonkernaktivierung sowie Wärmepumpen

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.

Auch in den übrigen Ländern verbaut SPAR Kälteanlagen, deren Abwärme für die Heizung verwendet wird.

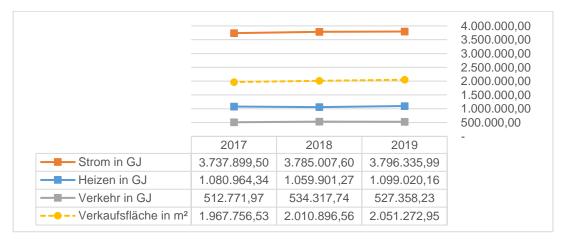
5.3. Stromeinsparungen bei steigendem Komfort

Einerseits werden die von SPAR eingesetzten Technologien immer effizienter und benötigen bei gleicher Leistung weniger Energie. Andererseits steigen die Ausstattungsstandards in Supermärkten 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.
- Zunehmend nötige Klimatisierung an warmen Sommertagen erhöhte in großen Märkten den Stromverbrauch. Während Märkte früher lediglich mit Lüftungen ausgestattet wurden, werden in neuen größeren 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.
- SES führt zunehmend die bedarfsgerechte Lüftungsregelung bei SES Shopping-Centern, INTERSPAR und MAXI-MARKT ein. Oberste Aufgabe von Lüftungsanlagen ist es neben einem behaglichen thermischen Raumzustand auch für eine gute Luftgualität bei minimalem Energieverbrauch zu sorgen. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt SES bei SES-Shoppingcentern, INTERSPAR-Hypermärkten und Maximarkt in Österreich auf die bedarfsgerechte Lüftungsregelung, mit der man eine Stromersparnis von bis zu rund 50 Prozent im Vergleich zur herkömmlichen Regelung erreicht.

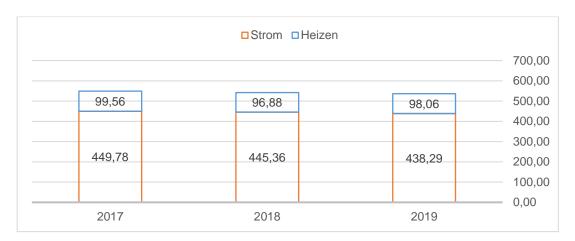
Durch diese Faktoren nimmt elektrische Energie einen steigenden Anteil am gesamten Energieverbrauch ein und der Stromverbrauch bleibt konstant bzw. sinkt leicht in Relation zur Verkaufsfläche. Gleichzeitig steigen aber Einkaufsqualität und -komfort sowie die Haltbarkeit von Lebensmitteln, wofür SPAR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



Energieverbrauch der SPAR Holding gesamt in GJ

GRI 302-1

GRI 302-3



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

Tabelle 1: Energieverbrauch der SPAR Holding in GJ

		2019 Verkehr/				2018 Verkehr/	•			2017 Verkehr/			
		Kraftstoff	Strom I	leizen (Gesamt	Kraftstoff	Strom	Heizen	Gesamt	Kraftstoff	Strom I	Heizen G	esamt
Regionen	Österreich	319.239	1.635.605	554.494	2.509.339	336.777	1.628.286	561.940	2.527.004	321.419	1.667.227	574.416	2.563.062
	Tschechien	0	8.689	0	8.689	0	25.276	10.016	35.292	93	25.615	10.802	36.510
	Deutschland	0	2.204	0	2.204	0	2.821	0	2.821	0	1.963	0	1.963
	Kroatien	6.125	327.205	49.525	382.854	6.724	320.033	45.360	372.117	7.538	280.150	34.177	321.865
	Ungarn	179.219	863.321	291.163	1.333.703	165.627	854.347	256.366	1.276.340	160.186	843.693	260.770	1.264.649
	Rumänien	0	9.414	0	9.414	0	9.270	0	9.270	0	5.798	0	5.798
	Slowenien	4.978	317.604	78.772	401.354	5.080	329.155	64.355	398.590	5.047	325.709	74.473	405.230
	Italien	17.797 ¹⁾	632.294	125.066	775.157	20.108 ¹⁾	615.819	121.864	757.792	18.488 ¹⁾	587.745	126.326	732.559
	Gesamt	527.358	3.796.336	1.099.020	5.422.714	534.318	3.785.008	1.059.901	5.379.227	512.772	3.737.899	1.080.964	5.331.636

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

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

		2019			2018			2017		
		Strom	Heizen	Gesamt	Strom	Heizen	Gesamt	Strom	Heizen	Gesamt
Regionen	Österreich	377	7 85	462	385	91	476	398	92	490
	Tschechien	120	0	120	99	0	99	99	0	99
	Deutschland	7′	0	71	101	0	101	70	0	70
	Kroatien	500) 68	568	526	72	599	541	62	603
	Ungarn	514	165	679	514	142	656	508	149	657
	Rumänien	105	5 0	105	127 (333)	0	127 (333)	98	0	98
	Slowenien	425	78	503	436	65	501	437	70	507
	Italien	563	3 95	658	564	104	668	563	106	668
	Gesamt	438,29	98,06	536,34	445,36	96,88	542,25	449,78	99,56	549,34

³⁰²⁻³b: m^2 Netto-Verkaufsfläche aller SPAR- und Hervis-Markttypen.

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.

³⁰²⁻¹c: Der von 117 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.

³⁰²⁻¹f: Energiewerte laut letzter verfügbarer Jahres-Abrechnungen bis 31.3.2020 oder Z\u00e4hlerst\u00e4nder zum 31.12. Nicht inkludiert sind Hervis-Filialen, die Energiekosten pauschal \u00fcber Betriebskosten abrechnen und daher keine Erhebung erm\u00f6glichen. F\u00fcr SPAR-Filialen, aus deren Betriebskosten keine Verbrauchswerte berechnet werden k\u00f6nnen oder zur Drucklegung keine Daten vorhanden waren, wurde der Energieverbrauch anhand vergleichbarer Standorte hochgerechnet.
302-1-g: alle Umrechnungsfaktoren laut DEFRA 2019.

¹⁾ Treibstoffverbräuche werden im Integrierten Report von ASPIAG Service Srl. als Verbräuche unter GRI 302-2 gezählt. Angaben weichen daher von diesen Angaben unter GRI 302-1 ab.

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

³⁰²⁻³d: innerhalb der Organisation

In Rumänien wurde die Energieintensität von 2018 korrigiert. Der berichtete Wert wurde auf Basis falscher Verkaufsflächen berechnet. Berichtete Werte sind zum Vergleich in Klammern angegeben.

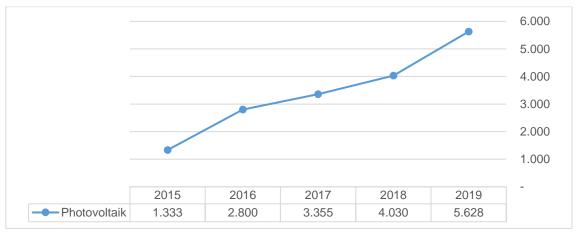
5.4. Erneuerbare Energie

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 Österreich beziehen die Unternehmen der SPAR Holding AG bereits ausschließlich Strom aus regenerativen Quellen, in Italien zum überwiegenden Anteil.

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 98 Anlagen, in Italien 14 und in Kroatien fünf Anlagen. Zusätzlich nutzt SPAR Slowenien an zwei Standorten die Energie aus Photovoltaikanlagen am Dach von Shoppingcentern. SES und INTERSPAR in Österreich haben sich zum Ziel gesetzt, bis 2050 auf 50 Prozent der verfügbaren Dachflächen Photovoltaik-Anlagen zu installieren. Im Jahr 2019 haben diese PV-Anlagen insgesamt rund 5,63 GWh Strom erzeugt, den SPAR direkt an den Standorten verbraucht hat.



Photovoltaik-Produktion in MWh

5.4.2. Biomasse nutzen

In zunehmend mehr slowenischen INTER-SPAR-Hypermärkten werden die Backöfen mit Biomasse anstelle von sonst üblichem Gas betrieben. Holzpellets befeuern die Backöfen der Markt-Bäckerei und sparen so deutlich CO₂ ein. Nach ersten Tests in Slowenien stößt das

System innerhalb der SPAR-Gruppe auf verstärktes Interesse. Auch im kroatischen IN-TERSPAR-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 lau-Sortimentserweiterungen fende 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 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 an Logistik-Unternehmen 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.



Fußgänger oder Radfahrer im "toten Winkel" des Lkw sind für den Fahrer ohne Hilfsmittel nicht sichtbar. Daher rüstet SPAR ab 2019 alle neuen Lkw mit Abbiegeassistenten aus, die vor Personen im "toten Winkel" warnen und so Unfälle vermeiden.

Das neueste System ist ein Abbiegeassistent, der mögliche Unfälle durch den toten Winkel beim Abbiegen vermeiden soll. 2019 wurde ein Abbiege- Assistent in allen neuen SPAR-Lkw in Österreich verbaut und wird fortlaufend bei allen Neuanschaffungen integriert.

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 MAN-E-Lkw entspricht mit seinen 26 Tonnen maximalem Gesamtgewicht den sonst bei SPAR eingesetzten Fahrzeugen



Seit 2018 testet SPAR einen emissionsfreien E-Lkw in Graz.

und wird für die Belieferung im Grazer Stadtgebiet eingesetzt. Betrieben wird der E-Lkw ausschließlich mit Energie aus erneuerbaren Quellen, die auch sonst bei SPAR zum Einsatz kommt. Der Test läuft bis 2021. 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 nahm die SPAR Österreich Gruppe am Forschungsprojekt "Low Emission Electric Fright Fleet" – kurz LEEFF – teil und testete die Belieferung von innerstädtischen INTER-SPAR-Märkten von einem nahegelegenen Logistik-Hub aus. Der Test wurde Anfang 2020 beendet, eine Fortführung ist nicht geplant, da ungekühlte Klein-Lkw derzeit nicht für die Lebensmittel-Logistik geeignet sind.

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 CO₂ emittieren, bis 2030 30 Prozent. Wenn sie mindestens zwei Prozent Null-Emissions-Fahrzeuge verkaufen, können sie diese Reduktionsvorgabe auf 12 Prozent senken. Dadurch erhofft sich SPAR verstärkte Entwicklung von Null-Emissions-Fahrzeugen und wirtschaftlich darstellbare Preise für Nutzfahrzeuge mit alternativen Antrieben.

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 CO₂ – fast viermal so viel wie etwa der Schiffstransport von einem Kilo Obst aus Übersee oder so viel wie 40 Einweg-Plastiksackerl. SPAR forciert daher eine möglichst klimaschonende Kundenmobilität durch:

- Zentrale Shopping-Center und Hypermärkte in Städten für Großeinkäufe, flächendeckende Supermärkte als regionale Nahversorger nahe an Siedlungsräumen
- Anbindung der Standorte an ÖPNV- und Radwege-Netz
- Sichere Fahrrad-Abstellplätze auf allen Parkflächen
- SPAR stellt gemeinsam mit Energieversorgern – Ladeinfrastruktur für 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). Im Oktober 2019 unterzeichnete SPAR eine Vereinbarung mit Wien Energie zur Errichtung von weiteren 20 Ladepunkten an SPAR-Standorten bis Ende 2020.

Jedes SES-Shopping-Center bietet E-Ladestationen.



SPAR Ungarn errichtete in Kooperation mit NKM Mobility an 17 SPAR- und INTERSPAR-Märkten E-Tankstellen.

In Ungarn schloss sich SPAR dem NKM E-Tankstellennetz an und installierte ab Herbst 2019 an 17 INTERSPAR- und SPAR-Märkten insgesamt 33 Ladestationen für E-Autos. Seit Februar 2020 kann an den Ladestationen auch über die NKM-App und zu den NKM-Tarifen getankt und abgerechnet werden.

An derzeit vier slowenischen SPAR-Supermärkten in Zalog, Zaloška, Bled, Mozirje können Kunden ihre E-Autos während des Einkaufs betanken.

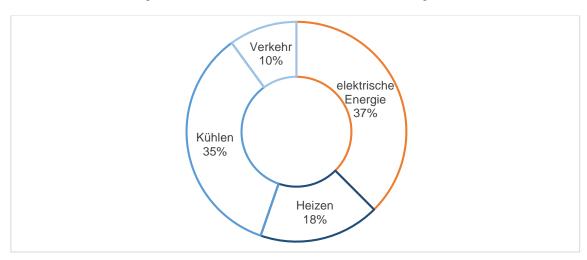
In Kroatien wurde 2018 der INTERSPAR-Hypermarkt Rujevica als erster Markt mit fünf Ladestationen für E-Autos ausgestattet.

5.8. Reduktion von CO₂-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 CO₂ (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. 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

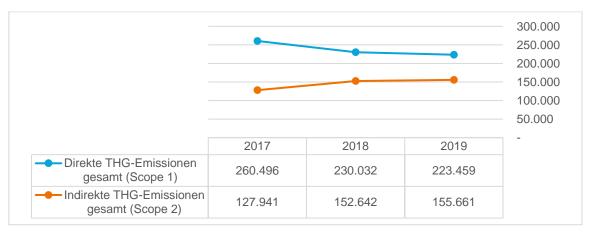
mindestens drei Prozent jährlich. In Österreich wird das selbstgesetzte Ziel von -2 bis -5 Prozent jährlich übererfüllt, damit ist davon auszugehen, dass die geplante Reduktion von -90 Prozent Treibhausgas-Emissionen trotz derzeit absolut leicht steigendem Energieverbrauch bis 2050 auch erreicht wird.

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. 46), oder für klimaschonende Kundenmobilität (siehe S. 80) versucht SPAR zu einer laufenden Reduktion der Emissionen auch vor und nach dem Unternehmen beizutragen, ohne jedoch die Auswirkungen messen zu können.



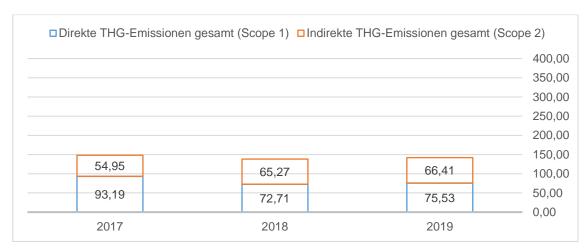
Treibhausgas-Emittenten nach Anteil an Gesamt-Emissionen

GRI 305-1 GRI 305-2



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

GRI 305-4



Treibhausgas-Emissionen der Filialen SPAR und Hervis (Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO_2 eq relativ pro m^2 Netto-Verkaufsfläche

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

		2019				2018*				2017		
			Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Dire THG (Sco		Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2)	Gesamt
Regionen	Österreich		87.550	7.591	95.141	(79.993 62.080)	7.790	87.783,4 (69.871)	93.357	7.365	100.722
	Tschechien		0	1.300	1.300		119	5.036	5.155	249	5.166	5.415
	Deutschland		0	140	140		0	437	437	O	304	304
	Kroatien		13.669	12.089	25.758		9.369	17.864	27.233	13.211	15.650	28.861
	Ungarn		69.217	63.883	133.100		82.477	89.826	172.302	106.941	88.964	195.905
	Rumänien		0	1.318	1.318		0	1.185	1.185		741	741
	Slowenien		10.392	54.817	65.209		3053,41 (7.654)	22.842	30.895,72 (30.496)	8.853	23.866	32.719
	Italien		42.630	14.523	57.153		50.021	7.662	57.683	51.097	1.196	52.293
	Gesamt		223.459	155.661	379.119		.032,12 11.720)	152.642	382.674,39 (364.363)	273.708	143.253	416.961

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

305-2b:

305-1f. 305-2f:

oben genannte indirekten Emissionen sind marktbasiert. Bei Anwendung von standortbasierten Emissionsfaktoren (Für Strom; Koffi, Brigitte; Cerutti, Alessandro; Duerr, Marlene; Jancu, Andreea; Kona, Albana; Janssens-Maenhout, Greet (2017): CoM Default Emission Factors for the Member States of the European Union - Version 2017, European Commission, Joint Research Centre (JRC) http://data.europa.eu/89h/irc-com-ef-comw-ef-2017: für Fernwärme: DEFRA) emittiert die SPAR Holding im Berichtsjahr 2019 270.089 Tonnen CO₂e an Scope2-Emissionen.

305-1c: keine

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

305-1e, 305-2e: Umrechnungsfaktoren zu Strom von regionalen Anbietern (ieweils lokaler Versorger in Österreich, Tschechien, Deutschland, Kroatien, Ungarn, Slowenien und Italien) und European Commission, Joint Research Center für Rumänien. Umrechnungsfaktoren von Gas in Österreich von Umweltbundesamt, Umrechnungsfaktoren von Kältemitteln von IPCC, DEFRA sowie - falls von diesen nicht verfügbar - von Kältemittel-Herstellern, alle übrigen Angaben von DEFRA

operativ (Mengenerhebung aller Verbräuche und Umrechnung)

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

^{*} Aufgrund eines technischen Problems wurden 2018 die Emissionen von LPG bei SPAR Slowenien nur teilweise berichtet und um 399,5 Tonnen CO2-e zu niedrig angegeben. Daher wurden die Scope1-Emissionen (GRI 305-1, GRI305-4) für 2018 rückwirkend korrigiert. Bei SPAR Österreich wurden 2018 nur nachgefüllte Kältemittelmengen angegeben, die nicht vorher aus SPAR-Kälteanlagen abgesaugt wurden, Richtig wäre die Angabe aller Emissionen aufgrund von Leckagen gewesen. Dieser Irrtum wurde rückwirkend korrigiert, wodurch die Scope 1 Emissionen an CO2-e um 17.912 Tonnen erhöht wurden. (GRI 305-1, 305-4). Berichtete Werte sind zum Vergleich in Klammern angegeben.

Tabelle 4: Treibhausgas-Intensität der Filialen (SPAR und Hervis; Strom, Heizen, Kühlen) in kg CO_{2ed}/m²

		2019				2018*			2017		
			Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2) 2)	Gesamt	Direkte THG (Scope 1) ¹⁾	Indirekten THG (Scope 2) ¹⁾²⁾	Gesamt	Direkte THG (Scope 1)	Indirekten THG (Scope 2) ²⁾	Gesamt
Regionen	Österreich		47	6	54	38 (22)	7	45 (29)		6	60
· ·	Tschechien		0	64	64	0 (5)	63,45 (228)	63,45 (233)		64	64
	Deutschland		0	16	16	0	57	57	0	39	39
	Kroatien		75	67	142	54	106	159	91	109	200
	Ungarn		122	138	260	129	195	324		194	360
	Rumänien		0	53	53	0	58,59 (153)	58,59 (153)	0	45	45
	Slowenien		50	263	313	30,87 (29)	105	135,87 (134)		112	154
	Italien		131	46	177	157	24	181	165	3	168
	Gesamt		75,53	66,41	141,94	72,71 (40.88)	65,27 (53,49)	137,99 (94,37)		54,95	148,14

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

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

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

¹⁾ Aufgrund von Problemen bei der Zusammenführung von Daten wurden bei den relativen Scope2-Emissionen (GRI 305-4) für das Berichtsjahr 2018 in Rumänien und Tschechien zu hohe Werte an-gegeben. In der Kennzahl der relativen Treibhausgasemissionen (Scope1, Scope2 und Gesamt) für den gesamten Konzern wiederum flossen die Emissionen von Hervis und Italien nicht mit ein. Berichtete Werte sind zum Vergleich in Klammern angegeben.

²⁾ Indirekte Emissionen sind mit marktbasierten Emissionsfaktoren berechnet.

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. Dies ist bereits in der Verbraucherdeklaration von 1971 festgehalten, zu deren Einhaltung sich die damalige SPAR Österreichische Warenhandels AG gegenüber Konsumenten und Po-

litik verpflichtet hat. Auch die Ziele der EU sehen vor, dass bis 2030 alle Kunststoffverpackungen recyclingfähig sind, der Verbrauch von Einwegkunststoffen reduziert und die absichtliche Verwendung von Mikroplastik beschränkt wird. Zu diesem Ziel trägt SPAR durch gezielte Maßnahmen zur Verpackungsreduktion bei, wo diese unter Einbezug der gesamten Lieferkette sinnvoll ist (siehe S. 37). integriert.

5.9.1. Wertstoffsammlung bei SPAR

GRI 306-2

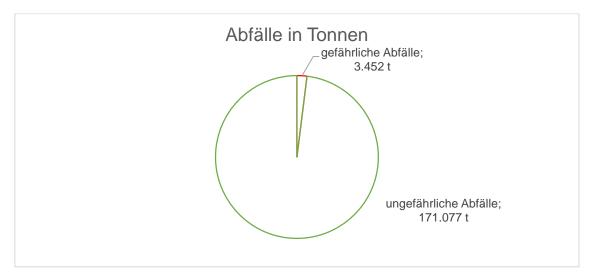
Verpackungen, die nicht vermieden werden können, versucht SPAR zunehmend recyclingfähig zu machen. Dafür ist einerseits eine entsprechende technische Verpackungsgestaltung nötig, andererseits die tatsächliche Sammlung von Wertstoffen durch die Verbraucher in Gewerbe und Haushalt.

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

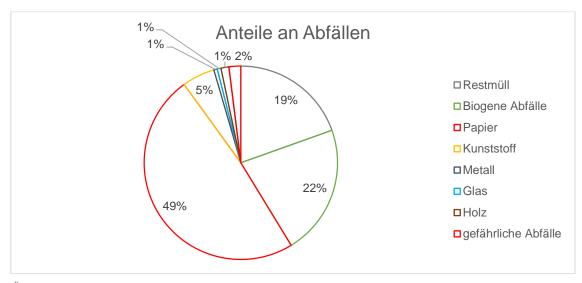
Biogene Abfälle und Restmüll werden teilweise von privaten Abfallentsorgern, teilweise aufgrund gesetzlicher Beschränkungen von kommunalen Betrieben abgeholt. Diese führen den Restmüll sowie biogene Abfälle der in den Ländern vorgeschriebenen Bearbeitung zu. Angaben zur genauen Entsorgungsmethode

wie von GRI gefordert, können aufgrund fehlender Informationen der sehr vielen Entsorgungsunternehmen nicht gemacht werden. Für die Entsorgung von gefährlichen Abfällen beauftragt SPAR Spezialunternehmen, die dies Abfälle einer geeigneten Bearbeitung zuführen.

Die Menge der nicht gefährlichen Abfälle betrug 2019 innerhalb der SPAR-Holding 174.529 Tonnen und bestand zu rund 57% aus recyclingfähigen Verpackungen aus Karton, Metall, Glas, Holz und gewerblichen Kunststofffolien. Die rund zwei Prozent bzw. 3.452 Tonnen der gefährlichen Abfälle setzen sich zum überwiegenden Teil aus Öl zusammen, das in den Fettabscheidern der Restaurants anfällt (über 3.300 Tonnen) sowie aus Batterien (118 Tonnen), die von Konsumenten bei SPAR zurückgegeben wurden und nicht von den von SPAR verbrauchten Batterien getrennt werden können.



Rund 175.000 Tonnen Abfall fallen bei SPAR jährlich an. Rund zwei Prozent der unvermeidbaren Abfalle bei SPAR müssen gesondert behandelt werden. Der überwiegende Teil davon sind Öl-Rückstände aus Restaurants. Die Daten umfassen keine Abfälle aus Shoppingcentern außerhalb Österreichs, da diese erst ab 2020 erhoben werden. Abfälle von österreichischen Shoppingcentern beeinhalten auch Abfälle der eingemieteten Shops, die nicht gemeinsam entsorgt werden



Über 56 Prozent der unvermeidbaren Abfälle bestehen aus Karton oder Kunststofffolie, die dem Recycling zugeführt werden.

5.9.2. Wertstoffsammlung für Haushalte

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 diese und weitere Sammelsysteme 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.

SPAR nimmt beim Verkauf von Elektrogeräten die Altgeräte von Kunden retour und übergibt sie einem Recyclingunternehmen.

SPAR ist gesetzlich verpflichtet, Altbatterien von Kunden retour zu nehmen. Sammelbehälter dafür stehen in allen Märkten.

In Ungarn ist SPAR auch zur Rücknahme von Altglas an allen Standorten über 400m² Verkaufsfläche verpflichtet und hat daher in Kooperation mit dem nationalen Altglasentsorger ARW Magyarország an allen SPAR-Standorten Altglas-Sammelbehälter aufgestellt. Im Jahr 2019 wurden rund 800 Tonnen Altglas

aus Haushalten gesammelt und dem Recycling zugeführt. Damit soll ein Beitrag zur Anhebung der ungarischen Sammelrate auf 60 Prozent geleistet werden.



Sammelinseln für Altstoffe wie Glas und Batterien stehen in Ungarn in jedem Markt über 400m². In 31 ausgewählten Märkten werden außerdem Aluminiumdosen in eigenen Automaten gesammelt.

Langfristig ist eine deutliche Reduktion von Verpackungen und eine Erhöhung der Recyclingquoten 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.



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. Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen





Da 60 anni, il valore della scelta

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 Sportund Kulturveranstaltungen, rund 1,2 Millionen für regionale, soziale Zwecke, gab rund 900.000 Euro an Kundenspenden an Hilfsorganisationen weiter und übergab unverkäufliche Lebensmittel im Wert von rund 25 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 30.000 Euro aus den Erlösen der SPAR Stickermania. INTERSPAR ist seit rund 15 Jahren Partner des SOS-Kinderdorf und spendete für dieses im Jahr 2019 115.000 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.



Aus den Erlösen der Stickermania spendete SPAR abermals 30.000 Euro an Rettet das Kind Österreich.

Unter dem Titel "Die Welt braucht Frauen" sammelte ASPIAG Service, die Tochtergesellschaft von SPAR Österreich in Italien, bereits zum fünften Mal Spendengelder für Frauenprojekte ein. Insgesamt wurden 2019 rund 127.000 Euro an Frauen-Einrichtungen und -Hilfsorganisationen übergeben, unter anderem an ANVOLT in Südtirol für den Betrieb einer Rehabilitationseinrichtung für krebserkrankte Frauen, an das Frauenschutzhaus "Casa Viola" der Polis-Gruppe in Venetien sowie an das CRO-Krankenhaus und Wissenschaftszentrum in Aviano für ein Strahlentherapiegerät.

Im September 2019 konnten Kunden in den INTERSPAR-Filialen in Veneto und Friuli Venezia Giulia ein Kinderbuch kaufen und spenden. Die gespendeten Bücher der Kunden wurden von DESPAR verdoppelt und so konnten mehr als 4.600 Bücher an diverse Kindergärten übergeben werden.

SPAR Ungarn übergab 2019 rund 80.000 Euro an den Ungarischen Malteser Wohltätigkeitsdienst und rund 17.500 Euro an die nationale Generaldirektion für Katastrophenmanagement.

Anlässlich der Eröffnungen neuer Märkte unterstützte SPAR Kroatien auch 2019 lokale Projekte oder Vereine und spendete insgesamt 80.000 Kuna für soziale Einrichtungen.

Gemeinsam mit dem bekannten slowenischen Jugendschriftsteller Boštjan Gorenc - Pižama entwickelte SPAR Slowenien ein interessantes Projekt zur Förderung von Lesen und Literatur. Mittels Facebook lud der Schriftsteller Kinder und Jugendliche ein, an zwei Märchen mitzuarbeiten. Es entstanden so die zwei originellen Milchmärchen "Verlorene Perle" und "Vom Hasen, der immer Schluckauf hatte". Die cool gestalteten Milchpackungen verwandelten die Regale von SPAR kurzfristig in eine Bibliothek und sollen zum Lesen anregen. Im Zuge der erfolgreichen Milch-Märchen Kampagne spendete SPAR Slowenien 20.000 Euro an 16 ausgewählte Schulbibliotheken in Slowenien. Vor allem kleine und schlecht erreichbare Schulbibliotheken in abgelegenen Regionen wurden

mit Geldern für den Erwerb von neuen Büchern ausgestattet. Das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Sport sowie das Zentrum zur Weiterentwicklung der Bibliotheken, Nuk, standen SPAR Slowenien bei der Auswahl hilfreich zur Seite. Im Rahmen der Aktion verschenkte SPAR außerdem 9.000 Liter SPAR Milch mit aufgedruckten Märchen an sozial gefährdeten Familien. Und "Pyjama" schrieb vier weitere Märchen, die SPAR den Kunden in der Sammlung »Milchmärchen von Boštjan Gorenc – Pyjama« als besondere SPAR Nikolausüberraschung schenkten.

Zudem unterstützte SPAR Slowenien bereits zum siebten Mal Mutter-Kind-Heime mit österlichen Spezialitäten und Windeln, sowie sozialschwache Familien mit Lebensmittel und Geldspenden im Rahmen der Aktion "Anas Märchen". Bei der Feuerwehr von Ljubljana bedankte sich SPAR mit einer Spende von 5.000 Euro für den außerordentlichen Einsatz bei der Löschung des Brandes in der SPAR-Bäckerei im Dezember 2018.



SPAR Slowenien spendete 20.000€ an Schulbibliotheken.

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. Maßnahmen zu Lebensmittelweitergabe, die in anderen Ländern gesetzlicher Vorgaben bedürfen, sind beispielsweise in Österreich gelebte Praxis bei SPAR.

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 CO₂ 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 größere Familien 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 IN-TERSPAR-Märkten vorhanden sind, Gebäck bedarfsgerecht herzustellen. Bei Brot von regionalen Bäckern bemühen sich alle um eine möglichst genaue Bestellung. Zum Tagesende hin wird nur noch eine 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 übrigbleibt, 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.

Verkauf zum regulären Preis

 Abverkauf vergünstigt vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums um -25% Prozent >98% der angebotenen Waren

•Weitergabe für karitative Organisationen (Sozialmärkte, Tafeln, ...)*

 Weitergabe für anderen menschlichen Verzehr (Foodsharing, ...)*

•Weitergabe für tierische Verwertung (Futtermittel)

*Wellergabe for tienscrie Verwerlung (Fullermiller)

•Thermische Verwertung (Bio-Gasanlage)

•Bio-Abfall

* Wenn gesetzlich erlaubt

Hierarchie der Lebensmittelverwendung bei SPAR

6.2.2. Abverkauf zu reduzierten Preisen

1-2% der angebotenen Waren (inkl. natürlichem Verderb und Bruch)

Alle SPAR-Märkte verkaufen Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum kurz bevorsteht sowie Saisonware vergünstigt ab. Üblich sind -25 bis -50 Prozent für Produkte mit kürzerer Haltbarkeit. Auch Schwarzbrot vom Vortag wird in vielen Filialen um -50% angeboten. Frisch im Markt zubereitete Sandwiches ver-

kauft SPAR in der letzten Stunde vor Ladenschließung um -25% ab. Durch diese Abverkäufe werden Produkte mit kurzer Haltbarkeit für Kunden nochmals attraktiver. SPAR Ungarn hat Kunden in einer eigenen Kampagne zusätzlich auf den Umweltaspekt beim Kauf dieser Produkte hingewiesen.

6.2.3. Weitergabe an karitative Organisationen



In Österreich arbeitet SPAR mit rund 200 Sozialorganisationen zusammen.

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 18,9 Mio. Euro sind durch diese Spenden in Österreich an Menschen weitergegeben worden, die sich den regulären Einkauf nur schwer leisten können. SPAR Österreich arbeitet dafür mit über 200 regionalen Tafel-Organisationen und Sozialmärkten zusammen.

In Italien wurden Waren im Wert von 6,7 Mio. Euro an die Banco Alimentare und an Sozialmärkte 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 Kroatien wurde unter anderem durch intensive Gespräche zwischen SPAR und gesetzgebenden Stellen die Vorordnung zur Weitergabe von Lebensmittel und Tierfutter geändert. Seit Oktober 2019 ist es in Kroatien erlaubt, auch Lebensmittel zu spenden, deren

Mindesthaltbarkeitsdatum bereits überschritten ist, wenn diese noch genießbar sind. Zudem gibt es Steuererleichterungen auf gespendete Lebensmittel und administrative Vereinfachungen für Spender. SPAR Kroatien hat im Jahr 2019 die karitative Einrichtung Caritas mit Brot und Backwaren im Wert von 4,8 Mio. HRK unterstützt.

In Ungarn 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. SPAR Ungarn veranstaltete bereits zum 23. 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 über 170 Märkten. In den sechs Tagen der Aktion sammelten die 3.000 freiwilligen Helfer rund 327 Tonnen Lebensmittel und erstellten daraus rund 31.000 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.

Schon mehr als fünf Jahre lang nimmt SPAR Slowenien an der von der Wohltätigkeitsorganisation Lions Clubs, Distrikt 129 – Slowenien organisierten Lebensmittelweitergabe teil. 45 SPAR-Märkte gaben 2019 unverkäufliche Lebensmittel im Wert von mehr als einer Million Euro weiter.

6.2.4. 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.

6.2.5. Kundeninformation zum Umgang mit Lebensmitteln

Der überwiegende Teil der vermeidbaren Lebensmittelabfälle stammt aus Privathaushalten. In Österreich werfen Haushalte jährlich genießbare Lebensmittel im Wert von 300 Euro weg. SPAR sieht daher neben dem sorgsamen Umgang mit Lebensmitteln in den eigenen Lagern und Märkten auch Aufklärungsbedarf bei Konsumenten.

In Österreich hat beteiligt sich SPAR bei der Kampagne "Lebensmittel sind kostbar" des Klimaschutzministeriums, das einerseits Daten zu Lebensmittelabfällen und weitergegebenen Lebensmitteln an Sozialmärkte erhebt, andererseits Konsumentenaufklärung betreibt. Auch auf der Website von SPAR unter www.spar.at/lebensmittelsindkostbar klärt SPAR zu sparsamem Einkauf, richtiger Lagerung und der Bedeutung von Haltbarkeitsdaten auf.

Anlässlich des Welternährungstags am 16. Oktober führte SPAR Slowenien das Experiment "Nič ne bo ostalo" (Nichts bleibt übrig)

durch, mit dem auf die Problematik von verschwendeten Lebensmitteln hingewiesen werden sollte. SPAR lud dabei Passanten zu einem schmackhaften 3-Gänge-Menü ins IN-TERSPAR-Restaurant Vič ein, das vom bekannten slowenischen Küchenchef Marko Pavčnik zubereitet wurde. Die Teilnehmenden waren kulinarisch sichtlich begeistert. Nach dem Essen offenbarte der Koch, dass alle Gerichte mit Lebensmitteln zubereitet wurden, die kurz vor Ablauf des Haltbarkeitsdatums waren und im Markt wahrscheinlich unverkäuflich gewesen wären. Kunden wurden damit auf den achtsamen Umgang mit Lebensmitteln hingewiesen. Die Aktion verbreitete SPAR Slowenien über verschiedene Medien.

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 (siehe Plakat auf S. 87). Die Aktion fand im Rahmen der EU-geförderten Initiative STREFOWA statt. Unter anderem für diese Initiative hat SPAR Ungarn den zweiten

Platz sowie eine Ehrenurkunde des OMÉK-Preises für Lebensmittelabfall-Reduktionsprogramme erhalten.

6.3. Förderung von Innovationen und Unternehmergeist

6.3.1. ŠTARTAJ SLOVENIJA



In der vierten Auflage des Wettbewerbs Štartaj Slovenija bereitete SPAR abermals Jungunternehmen gemeinsam mit der Formitas-Werbeagentur und dem Medienhaus Pro Plus auf den erfolgreichen Markteintritt vor. 28 Unternehmerteams traten bei der Startup-Kampagne 2019 an und erhielten die Chance, ihre Produkte am weitreichenstarken TV-Sender POP TV zur präsentieren. Die Erfinder des Gewinnerprodukts – des natürlich fermentierte Getränks BioLife Kombucha – erhielt einen exklusiven langfristigen Vertrag mit SPAR, um ihre Produkte in SPAR-Märkten zu verkaufen. 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. Nach vier erfolgreichen Jahren von ŠTARTAJ SLOVENIJA sind in den SPAR- und INTERSPAR-Märkten noch immer 20 Unternehmerteams mit ihren Produkten vertreten. Seit Projektbeginn bis heute haben sie zusammen mehr als 100 Produkte entwickelt, von denen mehr als 80 dauerhaft in den Regalen der INTERSPAR-Märkte zu finden sind.

6.3.2. Hungaricool Startup-Wettbewerb

In Ungarn hat SPAR 2019 den ersten Ideenwettbewerb für Lebensmittel gemeinsam mit dem Agrarmarketing Zentrum gestartet. Im Juli und August 2019 konnten ungarische Unternehmen ihre Lebensmittel-Innovationen einreichen, die bisher nicht im Ungarischen Handel zu finden waren. Die 10 besten Produkte werden ab Mai 2020 in den INTERSPAR-Hypermärkten angeboten. Kriterien für die Auswahl sind neben Neuartigkeit und ungarischer Herkunft beispielsweise auch die nachhaltige Verpackung.



Unter dem Titel "Stellen Sie es in unsere Regale" hat SPAR Ungarn neue, innovative Lebensmittel gesucht.

6.3.3. Young & Urban

In Österreich lädt SPAR junge Unternehmen ein, sich mit ihren Produkten um eine Platzierung bei "Young & Urban by SPAR" zu bewerben. Aus der jahrelangen Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Lieferanten hat SPAR umfangreiches Knowhow und gilt in der Branche als verlässlicher und fairer Partner auf Augenhöhe. 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 seit dem Jahr 2019 innvoative Drinks wie Silva Verjus Drinks, Mabura-Teegetränke oder Myokee-Hunde-Smoothies in den Regalen von SPAR in Österreich, sind.



Die Dachmarke "Young & Urban" bietet Jungunternehmern einen starken Auftritt bei SPAR Österreich.

6.4. Sport-Sponsoring

Der 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 2019 wieder über 30.000 Läufer teilnahmen. Der Marathon mit 100.000 Fans und Besuchern ist die größte Freizeitsportveranstaltung Ungarns.



Auch 2019 war SPAR Ungarn abermals Hauptsponsor des Budapest Marathons.

Bereits seit 19 Jahren arbeitet SPAR erfolgreich mit dem slowenischen Basketballverband zusammen und ist stolzer Sponsor der slowenischen Basketballnationalmannschaft und des Basketballklubs Cedevita Olimpija. Seit 2001 ist SPAR Mitorganisator und Sponsor des Pokals SPAR, seit 2011 auch des Mini Pokals SPAR.

In Italien legt SPAR einen Schwerpunkt auf das Sponsoring von regionalen Eishockeyund Fußball-Vereinen, aber auch Basketballund Volleyball-Teams tragen das Logo von SPAR am Trikot. Eine der größten Unterstützungen erging 2019 an den Serie A-Verein Udinese Calcio sowie an die weltweit größte Segelragatta Barcolana im Golf von Triest.

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 EUROPARK Maribor 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.

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

6.5. Unterstützung für Kunst und Kultur

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. Kunst, Kultur und Entertainment sind feste Bestandteile jedes einzelnen SES-Center-Standorts. Aushängeschild der SES und Benchmark für viele andere Center im Inund Ausland ist der Salzburger EUROPARK. Neben öffentlichen Einrichtungen, wie einer Polizeiinspektion und Nachversorgung durch Apotheke, Dienstleistungsbetriebe und IN-TERSPAR, wartet das führende Shopping-Center in der Region mit einer eigenen, durchgehend bespielten Bühne für Kulturveranstaltungen auf. Im "OVAL - Die Bühne im EURO-PARK 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

SPAR Slowenien unterstützt bereits seit mehreren Jahrzehnten die kulturellen Festivals in Ljubljana und Maribor. Das Ljubljana Festival

fand 2019 bereits zum 67. Mal statt und bot mit finanzieller Unterstützung von SPAR dutzende klassische Konzerte. In Maribor unterstützte SPAR das Standup-Comedy-Programm im Rahmen des Kulturfestivals Lent.

Einen Schwerpunkt auf Kultur-Sponsoring setzt auch ASPIAG Service in Italien. Im Jahr 2019 wurden unter anderem der Carnevale di Venezia, Ausstellungen in Padua von Kunstwerken von van Gogh, Monet und Degas und eine Ausstellung über den italienischen Entdecker und Ingenieur Giovanni Battista Belzoni mitfinanziert.



Der DESPAR-Supermarkt Teatro Italia in Venedig war gleichzeitig Ausstellungsort der Kunstinstallation "HIL-LARY", die Hillary Clinton besuchte.

Das Highlight des italienischen Kultursponsorings war die Kunstinstallation des amerikanischen Künstlers Kenneth Goldsmith im Rahmen der Biennale. Unter dem Titel "HILLARY, The Hillary Clinton Emails" stellte er im Obergeschoß des SPAR-Supermarktes "Teatro Italia" in Venedig die ausgedruckten E-Mails von Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton aus, die ihr im Wahlkampf 2016 zum Verhängnis wurden. Hillary Clinton besuchte selbst die Ausstellung und war von der Installation und dem Markt begeistert.

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.



SPAR Ungarn stellte 2019 die Nachhaltigkeitsaktivitäten unter einer neuen Kampagne vor.

SPAR Ungarn hat 2019 der Nachhaltigkeitswebseite www.sparsegitokezek.hu ein neues Design verpasst und Inhalte aktualisiert. Neben Inhalten zu den Aktivitäten von SPAR Ungern in den Bereichen Umwelt und Arbeitnehmer informiert das Unternehmen über gesünderen Lebensstil und Lebensmittelsicherheit. Die Website ist behindertenfreundlich und für Nutzer mit Sehschwächen adaptiert.

Bereits zum zweite Mal legte SPAR Ungarn im Sommer 2019 ein Eigenmarken-Kochbuch mit typisch ungarischen Rezepten – gesünder interpretiert – auf. Das Rezeptbuch erhielt den Sonderpreis der Jury beim Wettbewerb "Promotion des Jahres".

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. 93 Schulen, 563 Schulklassen mit rund 13.000 Schülerinnen und Schülern nahmen im Schuljahr 2018/19 am Programm teil. Insgesamt organisierte SPAR über 200 Aktivitäten wie Workshops und Theateraufführungen zu Ernährung. Neu war die Ausstellung "Gesunde Ernährung unter dem Mikroskop", die im Shoppingcenter Ipercity in Albignasego zu sehen war. 25 Stationen waren mit Mikroskopen ausgestattet, unter denen Besucher unterschiedliche Lebensmittel wie Stärke oder Cerialien sehen konnten.

Gesunde und geschmackvolle Ernährung ging in Italien auch auf Tour: SPAR verwandelte einen Lkw in eine mobile Küche und veranstaltete damit "Il buon giovedi - den guten Donnerstag". In den Monaten Juli und August wurde jeweils donnerstags gemeinsam mit Chefkoch Stefano für Kinder und Eltern gekocht und alles zum Thema Gesunde Ernährung präsentiert. Von September bis Ende November 2019 war DESPAR mit einem umgebauten Lkw in Städten der Region Friuli Venezia Giulia mit der "La Tribu del Gusto on Tour" (Tour des Geschmacksinns) unterwegs. Kochkurse und Verkostungen wurden den begeisterten Kunden an verschiedenen DESPAR-, EUROSPAR- und INTERSPAR-Standorten angeboten.

Über diese Programme und andere Maßnahmen für einen bewussteren Lebensstil informiert DESPAR mit dem Programm Casa di Vita und dem dazugehörigen vierteljährlich erscheinenden Magazin "Di Vita". Mit Videoanleitungen für Fitnessprogramme, saisonalen Rezepten und Informationen aus der Region werden Kundinnen und Kunden zu nachhaltigerem Lebensstil bewegt.

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.

6.7. Sicherheit in SES-Shopping Centern

Die SES-Shopping Center sind öffentliche Räume und soziale Treffpunkte mit tausenden Besuchern täglich. Die Sicherheit von Kunden und Mitarbeitenden hat daher für SES oberste Priorität. In allen Centern wird Sicherheit proaktiv gemanagt. Ein eigener Sicherheitsdienst sorgt für ein sicheres und angenehmes Einkaufsambiente. Im EUROPARK Salzburg und im ATRIO Villach ist sogar eine Polizei-Inspektion Teil des Shopping-Centers. Außerdem stellt SES in allen SES-Shopping-Centern freiwillig an den Kunden-Informationen Defibrillatoren und Notfallrucksäcke zur Verfügung, damit Notärzte und Helfer unmittelbar professionelle Ersthilfe bei gesundheitlichen Notfällen leisten können.

SES hat bereits in der Vergangenheit massiv in die Sicherheit investiert und arbeitet daran. diese hohen Standards noch weiterzuentwickeln. SES lebt die Projektpartnerschaft "Gemeinsam. Sicher in Österreich" in allen Centern. Der Schwerpunkt dieser Kooperation mit dem Innenministerium und der Polizei liegen auf der Kriminalitätsbekämpfung und -prävention. Durch ein Maßnahmenpaket, bestehend aus einem intensiven Informationsaustausch, Etablierung von Ansprechpartnern auf beiden Seiten sowie Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Centern soll die Sicherheit der Beteiligten erhöht und das Sicherheitsvertrauen der Besucherinnen und Besucher gestärkt werden.

7. GRI-Inhaltsindex

GRI 102-55

Grundlagen		
GRI 101: Grundlager	n (2016)	
Allgamaina Angaha	_	
Allgemeine Angabe GRI 102: Allge- meine Angaben (2016)	102-1: Name der Organisation	SPAR HOLDING AG
(2010)	102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Handel mit Lebensmitteln, Sport- und Modearti- keln sowie Errichtung, Betrieb und Management von Shopping-Centern
	102-3: Hauptsitz der Organisation	Salzburg
	102-4: Betriebsstätten	S. 6
	102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 6
	102-6: Belieferte Märkte	S. 6f
	102-7: Größe der Organisation	S. 7, https://www.spar.at/de_AT/index/unterneh- men/daten_fakten/finanzdaten.html
	102-8: Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	S. 55ff Es gibt keinen signifikanten Anteil von Arbeiten, die von Leiharbeitern durchgeführt werden.
	102-9: Lieferkette	S. 48
	102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 7
	102-11: Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 48
	102-12: Externe Initiativen	BSCI, GLOBAL G.A.P., IFS, BRC, ÖGNI, Fur Free Retailer, Verein Arche Noah, ARGE Nach- haltigkeitsagenda, ARGE Gentechnikfrei, Ver- band der Tafeln Österreichs
	102-13: Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	Wirtschaftskammer, Handelsverband, EuroCommerce, SPAR International, respACT, ARGE Gentechnikfrei, ARGE Nachhaltigkeit, Council für nachhaltige Logistik, Verein Donau Soja
	102-14: Erklärung des höchsten Ent- scheidungsträgers	S. 4f
	102-15: Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 8f
	102-16: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 13, 16ff
	102-18: Führungsstruktur	S. 13
	102-40: Liste der Stakeholder-Grup-	S. 14
	pen 102-41: Tarifverträge	In Österreich gesetzlich geregelt, daher 100%, in übrigen Ländern keine kollektivvertragliche Regelung
	102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 14
	102-43: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 15

102-44: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	S. 15
102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 14, Berichtsgrenzen stimmen mit dem Konzernabschluss nach IFRS überein.
102-46: Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgren- zung der Themen	S. 15
102-47: Liste der wesentlichen Themen	S. 15ff, 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: Neudarstellung von Informationen	Aufgrund eines technischen Problems wurden 2018 die Emissionen von LPG bei SPAR Slowenien nur teilweise berichtet und um 399,5 Tonnen CO2-e zu niedrig angegeben. Daher wurden die Scope1-Emissionen (GRI 305-1, GRI305-4) für 2018 rückwirkend korrigiert. Bei SPAR Österreich wurden 2018 nur nachgefüllte Kältemittelmengen angegeben, die nicht vorher aus SPAR-Kälteanlagen abgesaugt wurden. Richtig wäre die Angabe aller Emissionen aufgrund von Leckagen gewesen. Dieser Irrtum wurde rückwirkend korrigiert, wodurch die Scope 1 Emissionen an CO2-e um 17.912 Tonnen erhöht wurden (GRI 305-1, 305-4). Aufgrund von Problemen bei der Zusammenführung von Daten wurden bei den relativen Scope2-Emissionen (GRI 305-4) für das Berichtsjahr 2018 in Rumänien und Tschechien zu hohe Werte angegeben. In der Kennzahl der relativen Treibhausgasemissionen (Scope1, Scope2 und Gesamt) für den gesamten Konzern wiederum flossen die Emissionen von Hervis und Italien nicht mit ein. Der jeweils vorher angegebene falsche Wert steht in den Tabellen auf in Kapitel 0 in Klammern) Bei den Energieerträgen aus Photovoltaik-Anlagen wurden 2018 die Erträge aus zwei slowenischen Anlagen gezählt, die nicht im Eigentum der SPAR stehen, von denen SPAR jedoch erneuerbaren Strom bezieht. Die Erträge wurden rückwirkend aus der Berechnung der Energieerzeugung auf SPAR-Standorten entnommen.
102-49: Änderungen bei der Bericht- erstattung	Die wesentlichen Themen haben sich nicht verändert. Bei der Berechnung von Gasverbräuchen von SPAR Österreich wurden bisher Rechnungen von Kalenderjahren angegeben. Aufgrund neuer gesetzlicher Regelungen zur Verrechnung von Gasverbräuchen liefern Energieversorger für Standorte unter einem Jahresverbrauch von 400.000 kWh Gas nur mehr jährliche Abrechnungen. Daher wird für 2019 eine Hochrechnung bei allen Standorten mit unvollständigen Monatsabrechnungen durchgeführt, ab der Berichterstattung 2020 wird der Gasverbrauch der letzten

		Jahresrechnung angegeben, wie dies bereits jetzt bei der Berechnung des Energieverbrauchs			
	102-50: Berichtszeitraum	von Hervis der Fall ist. 1.131.12.2019			
	102-51: Datum des letzten Berichts	Juni 2019			
	102-52: Berichtszyklus	Jährlich			
	102-53: Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	Lukas Wiesmüller, Leiter Nachhaltigkeit Lukas.wiesmueller@spar.at			
	102-54: Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 14			
	102-55: GRI Inhaltsindex	S. 97			
	102-56: Externe Prüfung	S. 105, 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 Them GRI 103: Manage-	a: Bewusste Ernährung 103-1: Erläuterung des wesentlichen	S. 16f			
ment Ansatz (2016)	Themas und seiner Abgrenzung	3. 101			
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 16f			
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 16f			
GRI G4 FP: Pro- duktverantwortung (2014)	FP6: Anteil an Produkten, die reduziert an gesättigten Fettsäuren, Transfetten, Salz oder Zucker sind	S. 33ff; Ein genauer Anteil kann aufgrund fehlender Vergleichswerte nicht angegeben werden.			
		Umwelt und Menschen entlang der Lieferkette			
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 18f			
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 18f			
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 18f			
GRI 204: Beschaf- fungspraktiken (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: Biodiversi- tät (2016)	304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	S. 44ff			
GRI G4 FP: Tier- wohl (2014)	FP12: Strategie und Praxis zur Behandlung mit Antibiotika, Antiphlogistika, Hormonen und/oder wachstumsfördernden Mitteln.	S. 43, Thema ist nur in Österreich wesentlich. Hier bietet SPAR bei Schweinen, Rindern und Hühnern ausschließlich Frischfleisch mit AMA- Standard an, der Vorgaben zu Arzneimittelbe- handlung über dem gesetzlichen Standard bein- haltet. Weitere Angaben sind in Österreich ge- setzlich geregelt. Die Tierwohl-Diskussion geht in Österreich über Angaben zu Medikamentenga- ben weit hinaus. Relevant bei Tierwohl sind Hal-			

GRI 308: Umweltbe- wertung der Liefe- ranten (2016)	308-1: Neue Lieferanten, die an- hand von Umweltkriterien überprüft wurden	S.49ff, In Österreich wurden 2019 100 Prozent der Lieferanten von Lebensmitteln einer Risikobewertung unterzogen und bei Lieferanten aus		
GRI 414: Soziale Bewertung der Lie- feranten (2016)	414-1: Neue Lieferanten, die an- hand von sozialen Kriterien bewertet wurden	Risikoländern Nachweise für die Einhaltung von jeweils Umwelt- und Sozialstandards eingefordert.		
Wesentliches Them	a: Qualität und Sicherheit von Produk	ten und Dienstleistungen		
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 19f		
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 19f		
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 19f		
GRI 416: Kunden- gesundheit und Kundensicherheit (2016)	416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienst- leistungskategorien auf die Gesund- heit und Sicherheit	S. 48f, 100 % – SPAR ist gesetzlich verpflichtet sicherzustellen, dass alle in Verkehr gebrachten Produkte gesundheitlich unbedenklich sind. Das SPAR-Qualitätsmanagement prüft laufend das gesamte Sortiment und führt zusätzlich anlassbezogen Schwerpunktkontrollen durch.		
	416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	Bei routinemäßigen Qualitätskontrollen wurden 2019 bei sieben in mehreren Ländern vertriebenen Produkten und zusätzlich in Österreich bei einem, in Kroatien bei fünf, in Ungarn bei 13 und in Italien bei sieben Produkten 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 und den Verlust von Kun- dendaten	S. 53, Im Berichtszeitraum keine relevanten, mel- depflichtigen Verstöße.		
Wesentliches Them GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	a: Geschäftsethik und korrektes Gesc 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	chäftsverhalten S. 20f		
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 20f		
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 20f		
GRI 205: Korrupti- ons-bekämpfung (2016)	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Im Anlassfall prüft die Konzernrevision mögliche Korruptionsfälle im Auftrag des Holding-Vorstandes. Im Berichtszeitraum meldeten Mitarbeitende in Ungarn einen möglichen Bestechungsversuch durch einen Lieferanten. Eine interne Prüfung wurde umgehend veranlasst, Anzeige erstattet und der Vertrag mit dem betroffenen Lieferanten aufgelöst.		

dung

GRI 206: Wettbewerbs-widriges Verhalten (2016) 206-1 Rechtsverfahren aufgrund

von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbil-

In Ungarn ist ein Verfahren aus dem Jahr 2016 wegen möglichen wettbewerbswidrigem Verhalten bei der Wettbewerbsbehörde anhängig. Ein

Abschluss wird für 2020 erwartet.

GRI 307: Umwelt-	307-1 Nichteinhaltung von Umwelt-	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße
Compliance (2016)	schutzgesetzen und -verordnungen	
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 Dienstleistungs- informationen und der Kennzeichnung	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.
	417-3 Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Im Berichtszeitraum keine relevanten Verstöße.
GRI 419: Sozioöko- nomische Compli- ance (2016)	419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	In Ungarn hat die nationale Lebensmittelsicherheitsbehörde NÉBIH eine Strafe in Höhe von 45 Mio. HUF gegen SPAR verhängt. Die Behörde hat die Aufrechnung einer Gebühr für SPAR-Eigenmarkenprodukte (Marketinggebühr, Franchise-Gebühr, Gebühr für Platzierungs- und Sortimentserweiterungsdienstleistungen) als Verstoß gegen das Gesetz über das Verbot von unlauteren Verkaufspraktiken §3 Abs. 2c beurteilt. SPAR Ungarn hat Klage gegen den Beschluss eingereicht.
Wesentliches Them	a: Diversity und Chancengleichheit	
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 21
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 21
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 21
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit (2016)	405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	S. 60
Helt (2010)	405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	S. 62f
GRI 406: Gleichbe- handlung (2016)	406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	S. 62f
SPAR KPI: Mitar- beiterbefragung	Beteiligung an Mitarbeiterbefragung	S. 70

GRI 103: Manage-	103-1: Erläuterung des wesentlichen	S. 22
nent Ansatz (2016)	Themas und seiner Abgrenzung	0. 22
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 22
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 22
GRI 404: Aus- und Veiterbildung 2016)	404-1 Durchschnittliche Stunden- zahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 66
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	S. 63
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriere- entwicklung erhalten	S. 64, Mit allen Mitarbeitenden werden im jährlich stattfindenden Mitarbeitergespräch ihre Entwicklung und ihre Ausbildungsmöglichkeiten besprochen.
SPAR KPI: Ausbil- lung	Erfüllungsgrad der Soll-Ausbildung	S. 63
GRI 103: Manage-	a: Arbeitgeber-Attraktivität 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 23
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen	S. 23
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 23
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 23
GRI 201: Wirtschaft- che Leistung 2016)	201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	www.spar.at/de_AT/index/unternehmen/daten_fakten/finanzdaten.html
	201-3 Verbindlichkeiten für leistungs- orientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	S. 69, in allen Ländern sind Pensionszahlungen gesetzlich geregelt. Mittel für die freiwillige Zusatzpension in Österreich werden von unabhängigen Finanzdienstleistern verwaltet.
GRI 202: Marktprä- enz (2016)	202-1 Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen 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: Beschäfti- jung (2016)	401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	S. 57
	401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	S. 69, Alle Vorteile für Mitarbeitende gelten unabhängig von Anstellungsverhältnis und Anstellungsdauer.
GRI 403: Arbeitssi-	403-2 Art und Rate der Verletzun-	S. 68

CDI 102: Managa	a: Energieverbrauch und Klimaschutz 103-1: Erläuterung des wesentlichen	S. 23f		
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	Themas und seiner Abgrenzung	5. 231		
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 23f		
	103-3: Beurteilung des Management- ansatzes	S. 23f		
GRI 302: Energie (2016)	302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 74f		
	302-3: Energieintensität	S. 75f		
GRI 305: Emissio- nen (2016)	305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 81f		
	305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S. 81f		
	305-4: Intensität der THG-Emissionen	S. 82f		
GRI 306: Abwasser und Abfall (2016)	306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	S. 85f, Angaben zur Entsorgungsmethode sind nicht möglich, da Entsorgungsmethode von Entsorgern nicht übermittelt wird.		
Wesentliches Them	a: Umgang mit Lebensmitteln			
GRI 103: Manage- ment Ansatz (2016)	103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 25		
	103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 25		
	103-3: Beurteilung des Management-	S. 25		
	ansatzes			

Fett gedruckte Indikatoren sind wesentlich.

Erklärung aller gesetzlichen Vertreter

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht erfasst die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten der SPAR HOLDING AG für das Geschäftsjahr 2019.

Salzburg, am 29. Mai 2020

Der Vorstand der SPAR HOLDING AG

Dr. Gerhard Drexel Vorstandsvorsitzender Mag. Friedrich Poppmeier

Vorstandsdirektor Expansion und Einzelhandel

KR Hans K. Reisch

Vorstandsdirektor Finanzen und Filialen

Mag. Rudolf Staudinger

Vorstandsdirektor Betriebe International

SPAR Holding AG, Salzburg 31.12.2019

An die Mitglieder des Vorstands der SPAR Holding AG Salzburg

Bericht über die unabhängige Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung 2019

Wir haben die Prüfung der nach den Anforderungen der GRI-Standards, Kern-Option aufgestellten Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 (nachfolgend "Prüfung") der SPAR Holding AG (nachfolgend "SPAR"), Salzburg, durchgeführt.

Die Prüfung umfasste die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 wie folgt:

Nachhaltigkeitsbericht 2019 hinsichtlich der Angaben und Verweise vom GRI-Inhaltsindex in die Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2019.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die ordnungsgemäße Aufstellung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 in Übereinstimmung mit den GRI-Standards¹ liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft.

Eine von den gesetzlichen Vertretern unterfertigte Vollständigkeitserklärung haben wir zu unseren Akten genommen.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfungshandlungen eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekanntgeworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den GRI-Standards dargestellt wurde.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des "International Federation of Accountants' ISAE 3000 (Revised)" -Standards durchgeführt.

Danach haben wir unsere Berufspflichten einschließlich der Vorschriften zur Unabhängigkeit einzuhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

Gemäß der "Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe" 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 dem Auftraggeber und etwaigen Dritten insgesamt FUR 726 730

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 eine hinreichende Prüfsicherheit (wie beispielsweise bei einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Prüfers und umfasste insbesondere folgende Tätigkeiten:

- 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 verstahen.
- Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie die Weiterentwicklung von Prozessen und Kontrollen umgesetzt wurde;
- Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung in der Nachhaltigkeitsberichterstattung;

EY Seite 1

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

SPAR Holding AG, Salzburg 31.12.2019

- Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- Stichprobenartige Überprüfung einzelner Angaben in der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 auf Standortebene hinsichtlich Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Aktualität, um Nachweise zu Leistungskennzahlen zu erhalten;
- Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet wurden. Dies umfasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verlässlicher und vollständiger Art und Weise berichtet wurden;
- Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen wurden, über welche in Medien Bericht erstattet wurden und zu welchen wesentliche Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- Evaluierung der unternehmensinternen Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie GRI;
- Überprüfung der Vollständigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 gemäß den in den GRI Standards angeführten Gemeinsamkeiten mit den "Zehn Prinzipien" des Global Compact der Vereinten Nationen; ³
- Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen zu den geprüften Berichtsinhalten in der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 auf Basis der Berichtsgrundsätze der GRI Standards und
- Beurteilung, ob für die Kern-Option die GRI Standards konform angewendet wurden.

Gegenstand unseres Auftrags war weder eine Abschlussprüfung, noch eine prüferische Durchsicht von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Leistungsindikatoren und Aussagen, sowie Informationen aus dem Corporate Governance Bericht und der Risikoberichterstattung wurden von uns keiner weiteren Prüfung unterzogen. Wir überprüften lediglich die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung. Ebenso war weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger Untreuehandlungen und Ordnungswidrigkeiten, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrags. Weiters waren Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, zukunftsbezogene Angaben nicht Gegenstand unserer Beauftragung. Im Bericht wurden die im GRI-Inhaltsindex angeführten Verweise, jedoch nicht darüber hinaus gehende weitere (Web-) Verweise, geprüft.

Wir erstatten diesen Bericht auf Grundlage des mit Ihnen geschlossenen Auftrags, dem auch mit Wirkung gegenüber Dritten die "Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe" zugrunde liegen.

Zusammenfassende Beurteilung

Auf Basis unserer Prüfungshandlungen sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den GRI-Standards dargestellt wurden.

Wien, 29, Mai 2020

Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/UNGC-G4-linkage-publication.pdf

EY Seite 2

³ Fassung vom 16. April 2018, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Kapitel 7, http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB 2018 de.pdf

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