

# ASPIAG

Austria-SPAR-International



# Die SPAR Holding AG

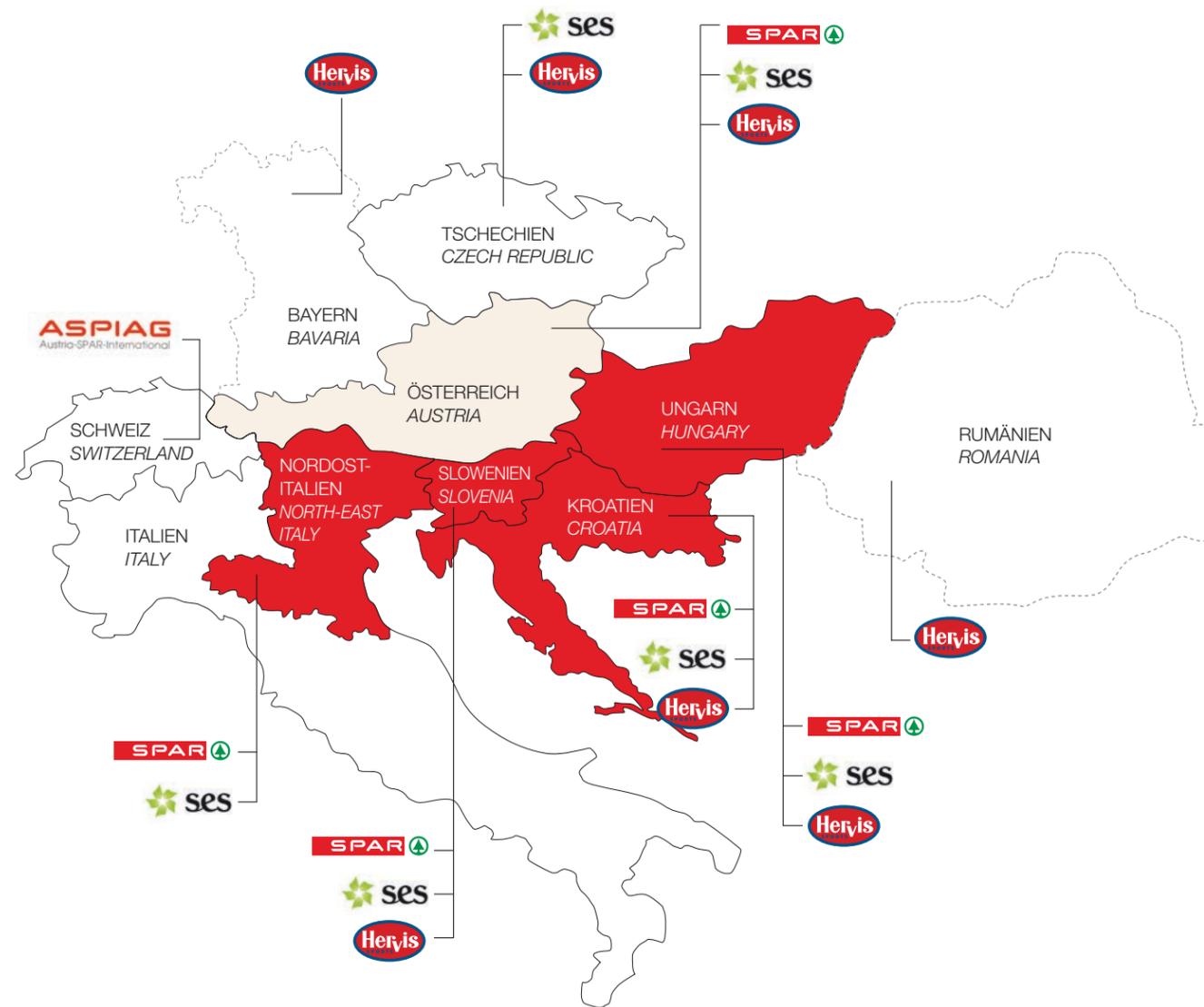
Unter dem Dach der SPAR Holding AG finden sich folgende Unternehmen:

- ▶ SPAR Österreichische Warenhandels-AG (inkl. INTERSPAR GmbH und Hervis Sport- und Modegesellschaft m.b.H.)
- ▶ ASPIAG (Austria SPAR International AG)
- ▶ SES Spar European Shopping Centers GmbH

# SPAR Holding AG

The following companies can be found under the umbrella of SPAR Holding AG:

- ▶ SPAR Österreichische Warenhandels-AG (incl. INTERSPAR GmbH and Hervis Sport- und Modegesellschaft m.b.H.)
- ▶ ASPIAG (Austria SPAR International AG)
- ▶ SES Spar European Shopping Centers GmbH



Verwaltungsrat der ASPIAG (v. l. n. r.) / ASPIAG board of directors (from left to right): Mag. Robert Spiegel, Mag. Rudolf Staudinger, Hans K. Reisch, Mag. Fritz Poppeier, Dr. Gerhard Drexel, Hans-Andrée Koch

## ASPIAG – Austria SPAR International AG

Die Erfolgsgeschichte der ASPIAG (Austria SPAR International AG) basiert auf einer innovativen, dynamischen Unternehmenskultur. Im Jahr 1990 von SPAR Österreich gegründet, baute die ASPIAG in den Nachbarländern selbstständige Landesorganisationen auf und aus. Die Marktbearbeitung erfolgt durch die SPAR-Landesorganisationen in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien. Fast die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet die SPAR Österreich-Gruppe mittlerweile in den ASPIAG-Ländern. Weitere Informationen unter [www.aspiag.com](http://www.aspiag.com)

*The success story of ASPIAG (Austria SPAR International AG) is based on an innovative, dynamic business culture. Established in 1990 by SPAR Austria, ASPIAG built and developed independent organisations in the neighbouring countries. The SPAR organisations in the various countries developed markets in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia. The SPAR Austria Group currently generates nearly half its sales revenue in the ASPIAG countries. For more information, see [www.aspiag.com](http://www.aspiag.com)*

**SPAR Österreichische Warenhandels-AG**  
Gegründet: 1970  
Sitz in: Salzburg (Ö)  
SPAR Österreich ist seit 1954 als Lebensmittelhändler in Österreich tätig.  
[www.spar.at](http://www.spar.at)

**SPAR Österreichische Warenhandels-AG**  
Founded: 1970  
Head office in: Salzburg (Austria)  
SPAR Austria has been operating as a food retailer in Austria since 1954.  
[www.spar.at](http://www.spar.at)

**Hervis**  
Seit 1973 Teil des SPAR-Konzerns.  
Sitz in: Salzburg (Ö)  
Der Sportfachhändler ist in Österreich, Slowenien, Ungarn, Kroatien, Tschechien, Rumänien und Süddeutschland tätig. [www.hervis.at](http://www.hervis.at)

**Hervis**  
Part of the SPAR Group since 1973.  
Head office in: Salzburg (Austria)  
The sport retailer is active in Austria, Slovenia, Hungary, Croatia, Czech Republic, Romania and southern Germany. [www.hervis.at](http://www.hervis.at)

**ASPIAG Austria SPAR International AG**  
Gegründet: 1990  
Sitz in: Widnau (CH)  
Tätig in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien.  
[www.aspiag.com](http://www.aspiag.com)

**ASPIAG Austria SPAR International AG**  
Founded: 1990  
Head office in: Widnau (Switzerland)  
Active in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia.  
[www.aspiag.com](http://www.aspiag.com)

**SES Spar European Shopping Centers GmbH**  
Gegründet: 2007  
Sitz in: Salzburg (Ö)  
SES entwickelt und betreibt Shopping-Center in Österreich, Slowenien, Italien, Ungarn, Tschechien und Kroatien.  
[www.ses-european.com](http://www.ses-european.com)

**SES Spar European Shopping Centers GmbH**  
Founded: 2007  
Head office in: Salzburg (Austria)  
SES develops and operates shopping centres in Austria, Slovenia, Italy, Hungary, Czech Republic and Croatia.  
[www.ses-european.com](http://www.ses-european.com)

# Inhalt | Content

SPAR-Vorstand ..... 5  
*SPAR Executive Board*

ASPIAG Highlights ..... 6  
*ASPIAG Highlights*

ASPIAG-Geschäftsleitung ..... 7  
*ASPIAG Executive Board*

Als SPAR Österreich über die Grenze ging ..... 8  
*When SPAR Austria went over the border*

ASPIAG im Überblick ..... 9  
*ASPIAG at a glance*

Strategische Ziele ..... 10  
*Strategic Aims*

Die ASPIAG als Know-how-Drehscheibe ..... 12  
*ASPIAG: A know-how hub*

Erfolgreich durch individuelle Geschäftstypen ..... 14  
*The success of individual store formats*

SPAR in den Ländern ..... 18  
*SPAR abroad*

Der Marktführer in Nordostitalien ..... 20  
*Market leader in north-east Italy*

Top-Player am slowenischen Markt ..... 22  
*Top player on the Slovenian market*

Starker Lebensmittelhändler in Ungarn ..... 24  
*Strong food retailer in Hungary*

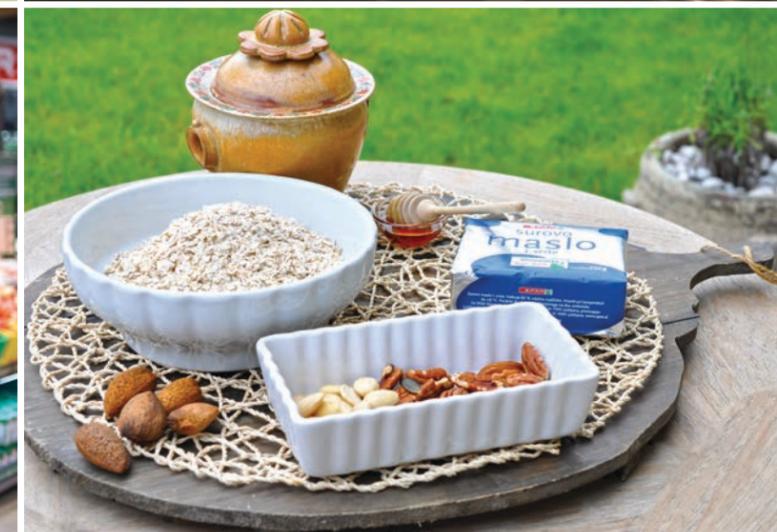
SPAR Kroatien – auf der Überholspur ..... 26  
*SPAR Croatia – in the fast lane*

Nachhaltiges Handeln ..... 30  
*Sustainability*

Eigenmarkenübersicht ..... 34  
*Private label overview*

Kontaktdaten ..... 38  
*Contact data*

Impressum ..... 40  
*Imprint*





Mag. Rudolf Staudinger,  
SPAR-Vorstandsdirektor Betriebe International  
SPAR Managing Director, International operations

### Liebe Leserinnen und Leser,

SPAR hat sich in den vergangenen Jahrzehnten äußerst erfolgreich von einem österreichischen Lebensmittelhändler zu einem mitteleuropäischen Handelskonzern entwickelt. Mit der Gründung der Austria SPAR International AG (ASPIAG) im Jahr 1990 haben die Gründerväter eine richtungsweisende Entscheidung getroffen, aufgrund derer SPAR heute auch in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien fixer Bestandteil des regionalen Lebensmittelhandels ist.

Mit dem Aufbau selbstständiger SPAR-Landesorganisationen ist eine konsequente Orientierung an den jeweiligen regionalen Gegebenheiten und lokalen Bedürfnissen möglich. Die Zusammenarbeit und der gegenseitige Austausch der SPAR-Landesorganisationen mit der ASPIAG und der SPAR Österreich erschließen zusätzlich Synergien, die für den Unternehmenserfolg wesentlich sind. Ziel ist es, in den von SPAR bearbeiteten Märkten einen nachhaltig verteidigungsfähigen Marktanteil zu erwirken. Dies wird durch organische Expansion, Zukäufe, schlagkräftiges Marketing und kompromisslose Orientierung am jeweiligen Markt erreicht.

### Dear Readers,

*In the past few decades SPAR has evolved particularly successfully from an Austrian food retailer into a Central European retail group. With the founding of Austria SPAR International AG (ASPIAG) in 1990, the founding fathers made a decision that changed the direction of the group; nowadays, SPAR can count itself as an integral part of the regional food-retail trade in not just Austria, but in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia.*

*The creation of independent SPAR organisations in the various countries has made it possible to respond consistently to the regional circumstances and local requirements. The collaboration and mutual exchange between SPAR organisations in the various countries under the auspices of ASPIAG and SPAR Austria also opens up opportunities for synergy, bringing substantial benefits for the companies. In the markets in which SPAR operates, it aims to achieve a market share that will stand the test of time. This can be achieved by organic expansion, acquisitions, effective marketing and an uncompromising focus on the market in question.*

*Rudolf Staudinger*

# ASPIAG Highlights



In 4 Ländern tätig  
4-country presence



Über 1,1 Mio. m<sup>2</sup>  
Verkaufsfläche  
Over 1.1m m<sup>2</sup> sales  
area



Über 35.000  
Mitarbeitende  
Over 35,000  
employees



Über 1.300 Standorte  
Over 1,300 stores



5,36 Mrd. Euro  
Verkaufsumsatz brutto  
5.36 Billion sales  
turnover, gross



Mag. Robert Spiegel,  
Delegierter des Verwaltungsrates  
Delegate of the Board of Directors



Karl Bumberger,  
Mitglied der Geschäftsleitung  
Member of the Executive Board

## Liebe Leserinnen und Leser,

mit dieser Broschüre laden wir Sie herzlich ein, sich näher über die erfolgreichen Aktivitäten der ASPIAG (Austria SPAR International AG) zu informieren. Anfang der 1990er-Jahre hat sich SPAR Österreich entschieden, ins benachbarte Ausland zu expandieren und dabei die in Österreich erfolgreichen Großhandels- sowie die attraktiven Geschäftstypen-Konzepte zu multiplizieren. Selbstverständlich mit Bedacht auf die nationalen Gegebenheiten und das jeweilige lokale Umfeld. Das Team der ASPIAG ist seit Beginn grenzüberschreitend tätig, unterstützt die SPAR-Landesorganisationen nachhaltig und kann stolz auf eine dynamische, erfolgreiche und zukunftssträchtige Entwicklung in den Märkten in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien zurückblicken.

Die aufgebauten Strukturen in den Ländern sind beeindruckend! Die Zahl der Betriebe ist auf über 1.300 Standorte gewachsen! Die bereits seit Langem bestehende, erfolgreiche Präsenz der SPAR-Landesorganisationen in den Märkten garantiert höchste Kompetenz und eine individuelle Orientierung an den unterschiedlichen Bedürfnissen der Bevölkerung vor Ort, gestärkt durch internationales Know-how und effiziente Systemleistungen. Regionale Unternehmensführungen und über 35.000 motivierte und serviceorientierte Mitarbeitende tragen dazu bei, dass SPAR Jahr für Jahr die Marktstellung stärken kann und damit auch für die Herausforderungen der kommenden Jahre bestens aufgestellt ist.

*Robert Spiegel*

## Dear Readers,

*This brochure is an invitation to you to get better acquainted with the successful activities of ASPIAG (Austria SPAR International AG). At the start of the 1990s, SPAR Austria decided to expand into neighbouring areas and, in so doing, expand its models of wholesale trade plus an attractive range of varied store formats that had proved successful in Austria. Naturally, concentrating on specific national and local circumstances, the ASPIAG team has been operating across borders from the start, making a lasting contribution to the SPAR organisations in the individual countries, and can look back proudly on a dynamic, successful and promising development in the markets in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia.*

*The structures built up in the countries are indeed imposing! The number of stores has risen to over 1,300! The long-term successful presence of the SPAR organisations in the markets of the various countries is a guarantee of the highest levels of competence, and an individual approach to the varied demands of the local population, boosted by international know-how and efficient system performance. Regional management, and over 35,000 motivated, service-oriented employees help to ensure that SPAR can strengthen its market presence year on year and, as a consequence, is well-positioned for the challenges of years to come.*

*Karl Bumberger*



## Als SPAR Österreich über die Grenze ging

Anfang der 1990er-Jahre wurde die ASPIAG (Austria SPAR International AG) gegründet, da man die Notwendigkeit einer grenzüberschreitenden Ausrichtung der SPAR Österreich und die damit verbundenen Chancen sah. Ziel war und ist es, in den Nachbarländern Österreichs jeweils eigenständige SPAR-Landesorganisationen zu gründen und weiterzuentwickeln.

”

Die ASPIAG sieht sich den jeweiligen Volkswirtschaften verpflichtet und möchte durch ihre Aktivitäten wichtige Beiträge zur Entwicklung der Länder leisten.

**KR Hans Drexel** († 2013), gründete 1990 die ASPIAG

Zum Zeitpunkt der Gründung der ASPIAG ist SPAR auf dem österreichischen Markt stark etabliert. Eine zukunftsweisende strategische Entscheidung leitet die Expansion in die benachbarten Länder ein. Als Auslandsgesellschaft der SPAR Österreich wird die ASPIAG gegründet. An die Spitze dieser neuen

Gesellschaft beruft die SPAR einen der erfahrensten Manager und Strategen, KR Hans Drexel. Seine Aufgabe war es, die österreichische Erfolgsgeschichte im benachbarten Ausland fortzuführen. Mit Kompetenz und vorausschauendem Handeln ist das Team der ASPIAG seither auf dynamischem Expansionskurs. Der Sitz des Unternehmens befindet sich in Widnau (Schweiz).

## When SPAR Austria went over the border

*ASPIAG (Austria SPAR International AG) was established at the start of the 1990s, when the need for a cross-border dimension to SPAR Austria and the potential opportunities associated with such a move were identified. Then, as now, the aim was to establish and develop independent SPAR organisations in each of the neighbouring countries around Austria.*

*When ASPIAG was established, SPAR already had a strong presence on the Austrian market. A forward-looking strategic decision led to the expansion into the neighbouring countries. ASPIAG was established as the foreign arm of SPAR Austria. At the head of this new company SPAR*

*appointed one of the most experienced managers and strategists, KR Hans Drexel. His job was to drive forward the Austrian success story in neighbouring countries. Since then, the ASPIAG team*

*has used expertise and forward-looking action to plot a course of dynamic expansion. The company's registered office is in Widnau (CH).*

”

*ASPIAG sees a commitment to the various regional economies, wishing to contribute to the development of the countries by its activities.*

**KR Hans Drexel** († 2013), founded ASPIAG in 1990

## ASPIAG im Überblick | ASPIAG at a glance

### DESPAR Nordostitalien (ASPIAG Service s.r.l.)

Gegründet: 1991  
Unternehmenssitz: Mestrino (Padua)



### DESPAR north-east Italy (ASPIAG Service s.r.l.)

Founded: 1991  
Registered office: Mestrino (Padua)

### SPAR Slowenien (SPAR Slovenija d.o.o.)

Gegründet: 1991  
Unternehmenssitz: Ljubljana



### SPAR Slovenia (SPAR Slovenija d.o.o.)

Founded: 1991  
Registered office: Ljubljana

### SPAR Ungarn (SPAR Magyarország Kereskedelmi kft.)

Gegründet: 1990  
Unternehmenssitz: Bicske



### SPAR Hungary (SPAR Magyarország Kereskedelmi kft.)

Founded: 1990  
Registered office: Bicske

### SPAR Kroatien (SPAR Hrvatska d.o.o.)

Gegründet: 2005  
Unternehmenssitz: Zagreb



### SPAR Croatia (SPAR Hrvatska d.o.o.)

Founded: 2005  
Registered office: Zagreb



## Strategische Ziele

Erklärtes Ziel der ASPIAG ist es, die Marke SPAR in den einzelnen Ländern noch weiter zu stärken. Basis der täglichen Arbeit ist eine klar formulierte, zukunftsorientierte Strategie:

### 1. Organisation

Aufbau eigenständiger Landesorganisationen mit einem starken, einheimischen Management.

### 2. Marktdurchdringung

Kontinuierlicher Ausbau der Marktanteile durch Expansion und Multiplikation erfolgreicher Betriebstypen.

### 3. Strategische Allianzen

Eingehen strategischer Allianzen zur Erreichung der bestmöglichen Marktdurchdringung.

### 4. Synergien

Nutzung aller Synergien innerhalb der gesamten SPAR Österreich-Gruppe und Einsatz effizienter Organisationsstrukturen.

## Strategic Aims

ASPIAG's stated aim is to further strengthen the SPAR brands in the individual countries. A clear, forward-looking strategy forms the basis of the day-to-day work:

### 1. Organisation

Establishing independent subsidiaries with strong, local management.

### 2. Market Penetration

Continually increasing market share by expanding and reproducing successful store formats.

### 3. Strategic Alliances

Forming strategic alliances in order to achieve optimal market penetration.

### 4. Synergies

Using every synergy within the whole SPAR Austria Group and implementing efficient organisational structures.

### 5. Kundinnen und Kunden

Länderbezogenes, konsequentes Orientieren an den regionalen Kundinnen und Kunden.

### 6. Lieferanten

Dauerhafte Partnerschaften mit regionalen, nationalen und internationalen Lieferanten zu beiderseitigem Nutzen.

### 7. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Offensive, mitarbeiterorientierte Unternehmensführung, bei der Wert auf kontinuierliche Ausbildung und individuelle Leistung gelegt wird.

### 8. Innovation

Hohe Innovationsbereitschaft in allen Bereichen.

### 9. Sortiment

Hohe Sortimentskompetenz für die volle Ausnutzung des Marktpotenzials.

### 10. Verantwortung

Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung in ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen.



### 5. Customers

Consistently orientating business to regional customers in each country.



### 6. Suppliers

Long-lasting partnerships with regional, national and international suppliers resulting in mutual benefits.



### 7. Employees

Committed company management, oriented toward employees, where emphasis is placed on continual training and individual performance.



### 8. Innovation

High degree of innovation in all areas.



### 9. Product Range

High level of expertise within the entire product range in order to fully utilise market potential.



### 10. Accountability

Sense of corporate social responsibility in economic, environmental and social concerns.



## Die ASPIAG als Know-how-Drehscheibe

Die ASPIAG fungiert als Drehscheibe für den Wissenstransfer innerhalb der SPAR-Gruppe, sodass SPAR Österreich wie auch die SPAR-Landesorganisationen voneinander profitieren und Prozesse vereinfacht sowie effizienter gestaltet werden können. Dieser Know-how-Transfer trägt zu einer konsistenten Markenidentität bei. Zudem bietet die ASPIAG den eigenständigen SPAR-Landesorganisationen einen einzigartigen Service. Dieser umfasst unter anderem die regionale Personalentwicklung, die landesspezifische Expansion und in weiterer Folge auch den Bau sowie die Einrichtung neuer Märkte

## ASPIAG: A know-how hub

*ASPIAG is, as it were, a hub for knowledge transfer within the SPAR Group, so that SPAR Austria and the SPAR organisations in the various countries and regions can benefit from each other, and make processes more streamlined and efficient. This knowledge transfer makes a contribution to a consistent brand identity. In addition, ASPIAG offers the independent SPAR organisations in the various countries unparalleled service. This covers aspects including regional Human Resources development, country-specific expansion and, in turn, the ability to tap into new markets in those*

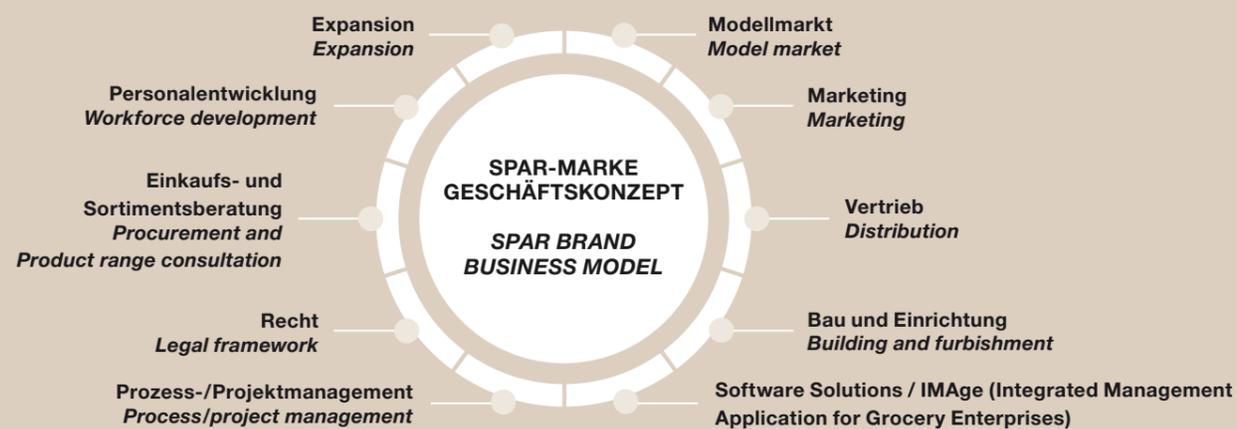
in den Ländern; weiters einen schlagkräftigen Vertrieb, ein modernes Marketing, ein zukunftsorientiertes Prozess- und Projektmanagement sowie ein innovatives Warengeschäft, zu dem auch die SPAR-Eigen- und -Exklusivmarken gehören. Die Dienstleistungen beinhalten auch die ASPIAG Payment Services. Im Rahmen der Payment Services führt die ASPIAG für die SPAR-Landesorganisationen und deren Lieferanten die Abwicklung des Zahlungsverkehrs durch. Diese zukunftsweisende Serviceleistung der ASPIAG trägt vor allem zur Effizienz der Prozesse bei und verringert die Kosten für Finanzierung, Buchhaltung und Verwaltung für die Lieferanten sowie die SPAR-Landesorganisationen.

Der Erfolg gibt dem ASPIAG-Modell Recht: Mehr als 1.300 SPAR- und INTERSPAR-Standorte sind seit Gründung der ASPIAG entwickelt worden.

*countries; furthermore strong sales, modern marketing, forward-looking process and project management, and innovative merchandising are all aspects embraced by the SPAR private label and exclusive brand product lines. These services also include ASPIAG payment services. In the context of payment services, ASPIAG processes payment transactions for the SPAR organisations in the various countries and their suppliers. This trend-setting service on the part of ASPIAG primarily contributes to process efficiency, and reduces the costs of finance, accounting and administrative services for the suppliers and the various SPAR organisations.*

*The ASPIAG model is a proven success: More than 1,300 SPAR and INTERSPAR sites have been developed since the establishment of ASPIAG.*

## Franchisekonzept | Franchise model



## Dienstleistungskonzept | Service model





## Erfolgreich durch individuelle Geschäftstypen

Der Schlüssel zum Erfolg von SPAR in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien sind innovative und individuelle Geschäftstypen.

Seit 1991 betreut die ASPIAG die eigenständigen SPAR-Landesorganisationen zukunftsorientiert beim Aufbau und Betrieb von modernen und kundenfreundlichen Standorten. Bei der Markterschließung wird auf unterschiedliche Geschäftstypen gesetzt. Die flexible Anpassung an die Standortgegebenheiten ist das Erfolgsrezept von SPAR in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien. Zu diesem Zweck wurde von der ASPIAG ein Modellmarktkonzept entwickelt, das je nach regionalen Anforderungen und je nach Konsumentenverhalten in den Ländern erfolgreich und nachhaltig multipliziert wird. Die Palette der Geschäftstypen reicht von kleinen Nahversorgern wie den italienischen DESPAR-Märkten über spezialisierte SPAR City-Märkte, vollsortierte SPAR-Supermärkte und große EUROSPAR-Märkte bis hin zu erlebnisreichen INTERSPAR-Hypermärkten.

## Success due to individual store formats

*The keys to SPAR's success in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia are innovative and individual store formats.*

*Since 1991, ASPIAG has taken a forward-looking approach to creating and running modern, customer-friendly stores in the independent SPAR organisations in the various countries. When developing markets, the aim is to establish a wide range of store formats. Flexible adaptation to local factors is the recipe for success for SPAR in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia. For that reason, ASPIAG developed the 'model market concept' that can be successfully and sustainably reproduced in the countries in question, based on regional requirements and consumer behaviour. The range of store formats ranges from small local retailers, such as Italy's DESPAR stores, to specialised SPAR City Markets, full-line SPAR Supermarkets, large-scale EUROSPAR markets and enjoyable INTERSPAR Hypermarkets.*

### SPAR-Supermarkt

SPAR-Supermärkte sind moderne Nahversorger mit bis zu 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche, die sich durch eine gut sortierte Frischwarenabteilung, professionellen Kundenservice, ein umfassendes Sortiment und attraktive Preisvorteile auszeichnen. SPAR-Supermärkte gibt es in Slowenien, Ungarn und Kroatien. In Italien heißt dieser Geschäftstyp DESPAR-Markt und wird zumeist von selbstständigen Kaufleuten betrieben.

Zudem gibt es noch spezielle Ausprägungen bei den Supermarkt-Geschäftstypen, abgestimmt auf die jeweiligen regionalen Bedürfnisse.

- Der SPAR City-Markt ist für die städtischen Hochfrequenzlagen in Slowenien, Ungarn und Kroatien entwickelt worden.
- SPAR 2000-Supermärkte bieten Kundinnen und Kunden in Slowenien, Ungarn und Kroatien neben Lebensmitteln auch Non-Food-Produkte. In Italien heißt dieser Geschäftstyp EUROSPAR.
- Bei DESPAR Express erhalten Kundinnen und Kunden in Italien rund um die Uhr Produkte zu Supermarktpreisen.
- SPAR Ungarn betreibt Tankstellenshops mit verschiedenen Partnern.



### SPAR Supermarket

SPAR Supermarkets are modern local suppliers with sales area of up to 2,000 square meters that stand out due to their selected fresh produce departments, professional customer service, comprehensive range and attractive savings. SPAR Supermarkets can be found in Slovenia, Hungary and Croatia. In Italy, this type of stores is called a DESPAR Supermarket, generally operated by independent traders.

There are also special features of Supermarket store formats. Depending on regional demands.

- SPAR City-Markets were developed for busy urban sites in Slovenia, Hungary and Croatia.
- SPAR 2000 Supermarkets also offer customers in Slovenia, Hungary and Croatia non-food products, in addition

to food products. In Italy, this type of store is called EUROSPAR.

- At DESPAR Express, customers in Italy can purchase products at supermarket prices around the clock.
- SPAR Hungary operates forecourt stores with a range of partners.



### INTERSPAR-Hypermarkt

Die INTERSPAR-Hypermärkte sind charakterisiert durch eine Verkaufsfläche von rund 3.000 Quadratmetern und haben rund 40.000 Sortimentsartikel im Angebot. Besondere Highlights in den INTERSPAR-Hypermärkten sind die Frischebereiche: großzügige Obst- und Gemüseabteilungen, hauseigene Bäckereien, Feinkosttheken mit Bedienung sowie eigene Convenience-Abteilungen. Die INTERSPAR-Betriebe können Stand-Alone, als Teil einer Fachmarktzeile oder in einem Shopping-Center umgesetzt werden. Eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr oder den Straßenverkehr ist wesentlich, da INTERSPAR-Hypermärkte als Familienmärkte konzipiert sind, in denen der wöchentliche Großeinkauf erledigt wird. Dieser Geschäftstyp ist in Italien, Slowenien, Ungarn und Kroatien vertreten.

### INTERSPAR Hypermarket

*INTERSPAR Hypermarkets are characterised by sales area of around 3,000 square meters and a product range of around 40,000 items. Particular highlights in the INTERSPAR Hypermarkets are the fresh produce areas: generous selections of fruit and vegetables, in-house bakeries, delicatessen counters, plus self-service convenience departments. They can be designed as stand-alone stores, as part of a specialist store or in a shopping centre. It is essential to have good connections to public transport or road traffic, as INTERSPAR Hypermarkets are conceived to be places where the family can do its weekly bulk shop. This type of stores can be found in Italy, Slovenia, Hungary and Croatia.*

### Die Gastronomie-Geschäftstypen

SPAR ist in Slowenien und Kroatien auch mit zahlreichen Gastronomiebetrieben vertreten. In den INTERSPAR-Restaurants, die zumeist an einen INTERSPAR-Standort angeschlossen sind, können Kundinnen und Kunden täglich unter anderem aus 40 verschiedenen Salaten und 25 wechselnden warmen, internationalen wie auch regionalen Gerichten wählen.

Weiters sind an INTERSPAR-Standorten auch SPAR to Go-Bereiche angesiedelt, wo ess- und küchenfertige Produkte angeboten werden. Durch das Tutto Bene ist SPAR in den Ländern auch Kaffeehausbetreiber. Hier können Kunden Snacks, die es auch zum Mitnehmen gibt, sowie hervorragenden Kaffee in trendiger Atmosphäre genießen.

### Specialist gastronomic stores

*SPAR is represented in Slovenia and Croatia with many specialist gastronomic stores. In the INTERSPAR Restaurants, which can be found at most INTERSPAR stores, customers can choose amongst other things from 40 different salads and 25 alternating hot meals from around the world, and from the region in question.*

*SPAR to Go stores also found at INTERSPAR sites. Here are ready-to-eat and ready-to-prepare products available. SPAR is also a coffee houses operator in those countries with the Tutto Bene formula. This is a place where customers can enjoy snacks to take away or eat on the premises, to go with great coffee, in a trendy atmosphere.*

# SPAR in den Ländern SPAR abroad



Quelle/Source: Wikipedia

Hintergrund/Background © Feaspb/Shutterstock.com



## DESPAR north-east Italy – Market leader in north-east Italy



SPAR Austria Group began its foreign expansion in 1990, in South Tyrol. Subsequently, in 1991, ASPIAG Service s.r.l. was established in this region. The takeover of various companies led to this company expanding its market position through healthy growth, so that DESPAR north-east Italy is now the market leader in the area in question. The company already has over 570 stores in the regions of Trentino South Tyrol, Venezia, Friuli-Venezia Giulia and Emilia Romagna, and in the provinces of Ferrara, Bologna, Parma, Reggio Emilia, Modena and Mantua. More than 300 DESPAR retailers form a further strong pillar of the Group. They run their DESPAR and EUROSPAR stores like typical regional local suppliers. Head office of ASPIAG Service srl. is in Mestrino (Padua). There are also regional headquarters in Bolzano and Udine that supply and oversee the adjacent regions. Expanding organically and growing sales steadily, DESPAR is in the thick of things and can measure up to other food retailers in the country, serving the market, increasing sustainability.

### Store formats

With the DESPAR and EUROSPAR markets, INTERSPAR Hypermarkets and DESPAR Express, all store formats are represented in Italy, so that there is an individual solution available for each location.

## DESPAR Nordostitalien – der Marktführer in Nordostitalien



In Südtirol startete die SPAR Österreich-Gruppe 1990 die Auslandsexpansion. Im Jahr 1991 wurde in weiterer Folge die ASPIAG Service s.r.l. für die Marktbearbeitung in dieser Region gegründet. Durch verschiedene Unternehmensübernahmen wurde die Marktposition mit einem gesunden Wachstum ausgebaut, sodass DESPAR Nordostitalien Marktführer im bearbeiteten Gebiet ist. Das Unternehmen zählt bereits über 570 Standorte in den Regionen Trentino-Südtirol, Venetien, Friaul-Julisch Venetien und Emilia Romagna sowie in den Provinzen Ferrara, Bologna, Parma, Reggio Emilia, Modena und Mantua. Mehr als 300 DESPAR-Kaufleute sind eine weitere starke Säule des Unternehmens. Sie betreiben ihre DESPAR- und EUROSPAR-Märkte als typische regionale Nahversorger.

Sitz der ASPIAG Service s.r.l. ist in Mestrino (bei Padua). Zudem gibt es in Bozen und Udine Regionalzentralen, die die umliegenden Regionen beliefern und betreuen. Mit einer organischen Expansion und einem steten Umsatzwachstum mischt DESPAR an der Spitze der Lebensmittel Einzelhändler im Land mit und bearbeitet und erweitert den Markt nachhaltig.

### Geschäftstypen

Mit den DESPAR- und EUROSPAR-Märkten, INTERSPAR-Hypermärkten sowie mit DESPAR Express sind in Italien alle Geschäftstypen vertreten, sodass für jeden Standort eine individuelle Lösung zur Verfügung steht.

### Entwicklung

- 1991** Gründung der ASPIAG Service s.r.l.; Erwerb verschiedener Unternehmen und fortan dynamischer Ausbau der Marktposition
- 1997** Eröffnung des TANN-Fleischwerks in Bozen
- 2000** Konzentration auf das Gebiet Nordostitalien und die Provinz Ferrara
- 2007** Übernahme von 12 Pellicano-Supermärkten
- 2008** Übernahme von weiteren 49 Pellicano-Supermärkten
- 2009** Übernahme von zehn A&O-Supermärkten
- 2012** Starke Eigenexpansion in Stammregionen und neuen angrenzenden Provinzen. Erwerb der Lizenz für das Gebiet Emilia Romagna.
- 2015** Übernahme von acht Coop- und zwei Coopca-Supermärkten
- 2018** Baubeginn des neuen Zentrallagers bei Monselice

### Time line

- 1991** Establishment of ASPIAG Service s.r.l.; acquisition of various companies and henceforth dynamic expansion of market position
- 1997** TANN meat processing factory in Bolzano open
- 2000** Concentration on the north-east Italy region and province of Ferrara
- 2007** Takeover of 12 Pellicano Supermarkets
- 2008** Takeover of further 49 Pellicano Supermarkets
- 2009** Takeover of ten A&O Supermarkets
- 2012** Strong expansion in core regions and new neighbouring provinces. Acquisition of the license for the area Emilia Romagna.
- 2015** Takeover of eight Coop and two Coopca Supermarkets
- 2018** Start of building of the new central warehouse near Monselice



## SPAR Slovenia – top player on the Slovenian market



In 1991 a SPAR Supermarket opened its doors in Ljubljana for the first time to offer Slovenian consumers a very new shopping experience: The combination of international brand articles, many regional Slovenian products and cost-effective SPAR private label goods was exactly what Slovenian consumers wanted. SPAR Slovenia continued to expand in the subsequent years and now has over 115 stores throughout the country, eight of which are operated by independent retailers. That easily makes the company the second biggest retailer, and also one of the largest employers. The various stores are served by six different types of store formats, and customers have access to an individual range of products. They can also choose from country-spe-

cific products. SPAR Slovenia supplies a total of 670 regional producers. Slovenia has also had an online food retail shop since 2018. SPAR Slovenia's registered office and logistics centre, plus SPAR's own bakery can be found in Ljubljana.

### Store formats

An appropriate regional solution for each store. SPAR Slovenia has six different store types for food retail, and two restaurant operations.



## SPAR Slowenien – Top-Player am slowenischen Markt



1991 öffnete erstmals ein SPAR-Supermarkt in Ljubljana seine Türen und bot der slowenischen Bevölkerung ein ganz neues Einkaufserlebnis: Die Kombination aus internationalen Markenartikeln, vielen regionalen, slowenischen Produkten und supergünstigen SPAR-Eigenmarken traf punktgenau die Bedürfnisse der Sloweninnen und Slowenen. SPAR Slowenien expandierte in den darauffolgenden Jahren kontinuierlich und ist heute mit über 115 Standorten, von denen acht von selbstständigen Kaufleuten geführt werden, im Land vertreten. Damit ist das Unternehmen starke Nummer zwei am Markt und auch einer der größten Arbeitgeber. Mit sechs verschiedenen Geschäftstypen können die unterschiedlichen Standorte besetzt werden, und

Kundinnen und Kunden erhalten ein individuelles Angebot an Produkten. Zur Auswahl stehen auch landesspezifische Produkte: Insgesamt 670 regionale Produzenten beliefern SPAR Slowenien. Seit 2018 gibt es auch einen Onlineshop für Lebensmittel in Slowenien. Die Zentrale von SPAR Slowenien sowie das Logistikzentrum und die SPAR-eigene Bäckerei befinden sich in Ljubljana.

### Geschäftstypen

Für jeden Standort die passende regionale Lösung: Insgesamt sechs verschiedene Geschäftstypen im Lebensmittelhandel und zwei Restaurantbetriebe gibt es bei SPAR Slowenien.

### Entwicklung

- 1991** Gründung SPAR Slowenien, ursprünglich in einem Joint Venture mit dem slowenischen Handelsunternehmen Mercator
- 1991** Eröffnung des ersten SPAR-Supermarktes
- 1993** Eröffnung des ersten INTERSPAR-Hypermarktes
- 2003** Eröffnung des modernen Großhandelslagers in Ljubljana
- 2006** Bau des zweiten Teils des Distributionszentrums für die Belieferung der Märkte mit Frischware
- 2008** Eröffnung der neuen SPAR-Großbäckerei
- 2009** Eröffnung des ersten SPAR 2000-Supermarktes in Slovenj Gradec
- 2011** Einführung der SPAR plus-Kundenkarte
- 2012** Eröffnung des ersten SPAR City-Marktes in Ljubljana
- 2015** Erster SPAR-Einzelhändler Sloweniens
- 2018** Einführung SPAR-Onlineshop

### Time line

- 1991** SPAR Slovenia is founded, originally part of a joint-venture with Mercator, a Slovenian retailer.
- 1991** Opening of the first SPAR Supermarket
- 1993** Opening of the first INTERSPAR Hypermarket
- 2003** Opening of the modern wholesale warehouse in Ljubljana
- 2006** Construction of the second part of the distribution centre to supply the stores with fresh produce
- 2008** Opening of the new SPAR industrial bakery
- 2009** Opening of the first SPAR 2000 Supermarket in Slovenj Gradec
- 2011** SPAR plus loyalty card introduced
- 2012** Opening of the first SPAR City-Market in Ljubljana
- 2015** First SPAR retailer in Slovenia
- 2018** Introduction SPAR online shop

# SPAR Ungarn – starker Lebensmittelhändler in Ungarn



Durch die Übernahme der Firma General in Tatabánya im Jahr 1990 gelang SPAR Ungarn der Markteintritt. Bereits 1991 erfolgte die Eröffnung des ersten SPAR-Supermarktes in Tatabánya. Übernahmen und eine konsequente Expansionspolitik prägten die Geschichte von SPAR Ungarn. Im Jahr 2002 wurden 14 Billa-Märkte übernommen, 2003 folgten 22 Kaiser's-Supermärkte, und 2008 kamen 177 Märkte der Diskontkette Plus unter das Dach von SPAR Ungarn. Auch die selbstständigen Kaufleute mit ihren Geschäftstypen SPAR Market, SPAR Partner, SPAR Express und DESPAR Tankstellenshops tragen wesentlich zur Expansion bei. SPAR Ungarn ist mit rund 520 SPAR-Standorten im Land vertreten und hält eine starke Position im ungarischen Lebensmittelhandel. Auch die Produktvielfalt mit internationalen Markenartikeln, über 2.600 SPAR-Eigenmarkenartikeln sowie über 1.000 landesspezifischen

Produkten begeistert die ungarischen Kundinnen und Kunden seit Beginn. Heute hat das Unternehmen seinen Firmensitz in Bicske, rund 40 Kilometer östlich von Budapest, wo auch das Logistikzentrum und der ungarische SPAR-eigene Fleischzerlegungsbetrieb REGNUM angesiedelt sind. In Üllő, rund 30 Kilometer südwestlich von Budapest, befindet sich ein weiteres Logistikzentrum sowie der SPAR enjoy-Convenience-Betrieb, in dem täglich frische Salate und Sandwiches hergestellt werden.

## Geschäftstypen

Mit insgesamt fünf verschiedenen Geschäftstypen geht SPAR Ungarn optimal auf das regionale Kaufverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten ein. Viele der SPAR-Standorte werden in Ungarn von selbstständigen Kaufleuten (Franchisenehmern) betrieben.

# SPAR Hungary – strong food retailer in Hungary



The takeover of the General company in Tatabánya in 1990 led to SPAR Hungary entering the market. As early as 1991, it was possible to open the first SPAR Supermarket in Tatabánya. Takeovers and a consistent expansion policy shaped the history of SPAR Hungary. In 2002, SPAR took over 14 Billa stores, while in 2003 22 Kaiser's supermarkets and, in 2008, another 177 Plus discount chain stores came under the umbrella of SPAR Hungary. And the independent retailers with their SPAR Market, SPAR Partner, SPAR Express and DESPAR forecourt stores made a big contribution to the expansion. There are around 520 SPAR stores throughout the country, and SPAR Hungary occupies a strong position in the Hungarian food retail market. The wide range of products, including foreign commodities, over 2,600 SPAR

private label goods, and over 1,000 country-specific products, has also excited the Hungarian clientele from the start. Today, the company's head office is in Bicske, around 40 km to the east of Budapest, which is also the site of the logistics centre and the REGNUM Hungarian meat-processing plant. In Üllő, 30 km south-west of Budapest, is a second logistics centre and the SPAR Enjoy-Convenience-Facility, where fresh salads and sandwiches are prepared daily.

## Store formats

With five different store formats, SPAR Hungary is clearly responding to the regional consumer behaviour of customers. In Hungary, many SPAR stores are operated by independent retailers (franchisees).



## Entwicklung

- 1990** Einstieg in den ungarischen Markt durch die teilweise Übernahme der Firma General in Tatabánya
- 1991** Eröffnung des ersten SPAR-Supermarktes
- 1994** Errichtung eines modernen SPAR-Distributionszentrums in Bicske
- 1995** Eröffnung des ersten INTERSPAR-Hypermarktes in Győr
- 2002** Übernahme von 14 Billa-Supermärkten
- 2003** Übernahme von 22 Kaiser's-Supermärkten
- 2004** Eröffnung eines modernen Fleischwerkes (REGNUM) am Standort Bicske mit rund 120 Mitarbeitern
- 2006** Gründung der SPAR-Akademie zur Aus- und Weiterbildung und Eröffnung des ersten SPAR City-Marktes in Budapest
- 2008** Übernahme von 177 Märkten der Diskontkette Plus und Eröffnung eines zweiten Logistikzentrums in Üllő mit 47.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche
- 2009** Einführung der SuperShop-Kundenkarte in allen SPAR-Märkten und INTERSPAR-Hypermärkten
- 2011** Eröffnung des ersten SPAR 2000-Supermarktes in Szeged
- 2012** Erster SPAR-Einzelhändler Ungarns eröffnet zwei SPAR-Supermärkte in Mór
- 2013** Eröffnung des ersten SPAR express Tankstellenshops durch SPAR-Einzelhändler in Budapest XI
- 2018** Eröffnung SPAR enjoy-Convenience-Produktionsbetrieb

## Time line

- 1990** SPAR breaks into the Hungarian market with the partial takeover of company General in Tatabánya
- 1991** Opening of the first SPAR Supermarket
- 1994** Creation of a modern SPAR distribution centre in Bicske
- 1995** Opening of the first INTERSPAR Hypermarket in Győr
- 2002** Takeover of 14 Billa supermarkets
- 2003** Takeover of 22 Kaiser's supermarkets
- 2004** Opening of a modern meat-processing plant (REGNUM) at the Bicske site, with around 120 workers
- 2006** Founding of the SPAR Academy for training and opening of the first SPAR City Market in Budapest
- 2008** Takeover of 177 Plus discount chain stores, and opening of a second logistics centre in Üllő with an area of 47.000 m<sup>2</sup>
- 2009** Introduction of the SuperShop loyalty card in all SPAR stores and INTERSPAR Hypermarkets
- 2011** Opening of the first SPAR 2000 Supermarket in Szeged
- 2012** First SPAR retailer in Hungary opens two SPAR Supermarkets in Mór
- 2013** Opening of the first SPAR Express forecourt store by SPAR retailer in Budapest XI
- 2018** Opening SPAR enjoy-Convenience-Store



## SPAR Croatia – in the fast lane



SPAR Croatia started in 2005 with the first INTERSPAR Hypermarket in the Dalmatian coast city of Zadar. The company continues to grow, with the development of stores and several company acquisitions, such as that of Billa Croatia in 2017. SPAR Croatia currently has over 100 stores and, with a market share of around ten per cent, the company is in the top three retailers in Croatia. The headquarter in Zagreb is driving further strategic expansion. The logistics centre can be found in Sveta Nedelja. SPAR Croatia offers a wide range of international branded goods, with over 5,100 private label articles and over 400 regional and local products from Croatian manufacturers.

### Store formats

With four different store formats for food and two types of restaurant operation, SPAR Croatia has an appropriate solution for each store and each region.



## SPAR Kroatien – auf der Überholspur



Der Startschuss für SPAR Kroatien erfolgte 2005 mit dem ersten INTERSPAR-Hypermarkt in der dalmatinischen Küstenstadt Zadar. Durch eigene Standortentwicklungen und mehrere Unternehmenszükäufe, wie 2017 die Übernahme von Billa Kroatien, wächst das Unternehmen kontinuierlich. Heute zählt SPAR Kroatien bereits über 100 Standorte, und mit einem Marktanteil von rund zehn Prozent zählt das Unternehmen nun zu den „Top drei“-Lebensmittelhändlern in Kroatien. Von der Zentrale in Zagreb aus wird die strategische Expansion weiter vorangetrieben. In Sveta Nedelja

befindet sich das Logistikzentrum. SPAR Kroatien bietet eine Vielzahl an internationalen Markenartikeln, über 5.100 Eigenmarkenartikel sowie über 400 regionale und lokale Produkte von kroatischen Produzenten.

### Geschäftstypen

Mit vier verschiedenen Geschäftstypen im Lebensmittelhandel und zwei Restaurantbetriebstypen hat SPAR Kroatien für jeden Standort und für jede Region die passende Lösung.

### Entwicklung

- 2005** Eröffnung des ersten INTERSPAR-Hypermarktes in Zadar
- 2007** Start mit dem Großhandelszentrum in Zagreb
- 2009** Übernahme von vier Ipercoop-Hypermärkten in Zagreb, Osijek, Split und Kaštela
- 2009** Eröffnung des ersten INTERSPAR-Restaurants in Kroatien
- 2009** Eröffnung des ersten SPAR-Supermarktes in Varaždin
- 2010** Eröffnung des ersten SPAR 2000-Supermarktes in Zadar
- 2014** Eröffnung des ersten SPAR City-Marktes in Zagreb
- 2014** Übernahme von 20 Diona-Standorten und Umstellung auf SPAR-Supermärkte
- 2017** Übernahme von 62 Billa-Standorten und des Billa-Logistikzentrum in Sveta Helena

### Time line

- 2005** Opening of the first INTERSPAR Hypermarket in Zadar
- 2007** Wholesale centre in Zagreb opened
- 2009** Takeover of four Ipercoop hypermarkets in Zagreb, Osijek, Split and Kaštela
- 2009** Opening of the first INTERSPAR Restaurant in Croatia
- 2009** Opening of the first SPAR Supermarket in Varaždin
- 2010** Opening of the first SPAR 2000 Supermarket in Zadar
- 2014** Opening of the first SPAR City Market in Zagreb
- 2014** Takeover of 20 Diona stores, plus conversion to SPAR Supermarkets
- 2017** Takeover of 62 Billa stores and the Billa logistics centre in Sveta Helena





## Nachhaltiges Handeln

Für die SPAR-Landesorganisationen ist nachhaltiges Handeln seit jeher ein wichtiger Unternehmensgrundsatz. Dieser ist in die Unternehmensstrategie integriert und trägt zur Erreichung der langfristig gesetzten Ziele der einzelnen eigenständigen SPAR-Landesorganisationen in Nordostitalien, Slowenien, Ungarn und Kroatien bei. Die Maxime des nachhaltigen Handelns erstreckt sich auf insgesamt fünf Bereiche: Umwelt und Klima, nachhaltige Produkte, gesunde Ernährung, Mitarbeitende sowie gesellschaftliche Verantwortung. Alle SPAR-Landesorganisationen haben in diesen Bereichen bereits eine Vielzahl an unterschiedlichen Maßnahmen und Initiativen realisiert und setzen tagtäglich Zeichen der Nachhaltigkeit. Im Folgenden sind einige dieser Maßnahmen genannt. Den gesamten Überblick gibt es im SPAR-Nachhaltigkeitsbericht sowie auf den landesspezifischen Websites.

## Sustainability

*For the SPAR organisations in the various countries, sustainability has always been an important business principle. This is anchored in the business strategy and makes a contribution to the long-term targets of the individual autonomous SPAR organisations in north-east Italy, Slovenia, Hungary and Croatia. The idea underpinning sustainability is spread across five areas: environment and climate, sustainable products, healthy nutrition, employees and corporate social responsibility. Each SPAR organisation in the various countries has already undertaken many different steps and initiatives in these areas, and is plotting a course to sustainability each day. A few of these steps are listed below. The bigger picture on sustainability can be seen in the relevant SPAR report and on each country's website.*

Weitere Informationen zum nachhaltigen Handeln in den SPAR-Landesorganisationen:

*Further information on sustainability in the individual SPAR organisations by country:*



### Italien | Italy

[www.despar.it/it/sostenibilita](http://www.despar.it/it/sostenibilita)



### Slowenien | Slovenia

[www.dobromednami.si](http://www.dobromednami.si)



### Ungarn | Hungary

[www.sparsegitokezek.hu](http://www.sparsegitokezek.hu)



### Kroatien | Croatia

[www.spar.hr/hr\\_HR/o-nama/drustveno-odgovorno-poslovanje.html](http://www.spar.hr/hr_HR/o-nama/drustveno-odgovorno-poslovanje.html)



DESPAR Nordostitalien bezieht zu 100 Prozent Grünstrom aus erneuerbaren Energiequellen.

*DESPAR north-east Italy gets 100 per cent green energy from renewable sources.*



Gegen die Verschwendung von Lebensmitteln geht SPAR Slowenien seit 2014 konsequent vor. So holt beispielsweise der Lions Club von 40 Standorten nicht mehr verkäufliche Lebensmittel ab.

*SPAR Slovenia has been systematically taking action on food waste since 2014. For instance, the Lions Club collects groceries which can no longer be sold from 40 stores.*



Rund 700 Schulklassen nehmen an dem von DESPAR Nordostitalien initiierten Ernährungsbildungsprogramm teil. Dabei lernen Schülerinnen und Schüler spielerisch die Grundregeln im Hinblick auf eine ausgewogene Ernährung.

*Around 700 school classes are taking part in the nutrition-knowledge programme initiated by DESPAR north-east Italy. This way, school children can have fun learning about the basic rules of balanced nutrition.*



Seit 2005 arbeitet SPAR Kroatien mit der Caritas zusammen und spendet neben Brot auch regelmäßig Geld an die Sozialorganisation.

*Since 2005 SPAR Croatia has been working with Caritas, donating not just bread, but also regularly giving money to the relief organisation.*



SPAR Slowenien klärt über die Folgen von zu viel Zucker und Salz auf und hat es sich zum Ziel gesetzt, in den Eigenmarkenprodukten den Anteil von Zucker und Salz zu verringern.

*SPAR Slovenia aims to raise awareness of the risks of high levels of salt and sugar and is setting out to reduce the amounts of such ingredients in the private-label products.*



Unter dem Motto „helfende Hand“ können sich Privatpersonen und Organisationen um Spenden bewerben. Insgesamt 22 Millionen Forint (70.000 Euro) stellt SPAR Ungarn dafür zur Verfügung.

*A 'helping hand' is the symbol for private individuals and organisations to apply for donations. SPAR Hungary is making a total of 22 million forints (EUR 70,000) available for this.*



In Sachen bewusste Ernährung hat SPAR Ungarn das SPAR-Lebensstiländerungsprogramm, ein 30-tägiges Programm für ernährungsbewusste Menschen, initiiert, in dessen Mittelpunkt eine praktische App für Smartphones steht.

*Where 'healthy choice' foods are concerned, SPAR Hungary has initiated the SPAR Lifestyle-change programme, a 30-day programme for nutrition-conscious people, the centrepiece of which is a practical smartphone app.*



Bei SPAR in Slowenien und Kroatien werden die Öfen in den Brot- und Gebäckabteilungen umweltfreundlich, mit Pellets, beheizt.

*Ovens in the bread and patisserie facilities for SPAR Slovenia and Croatia are fired in an environmentally-friendly way, with pellets.*





## Innovative Eigenmarken boomen

SPAR setzt nicht nur auf nationale und internationale Markenartikel, sondern auch auf innovative Eigenmarken. Besonders beliebt sind Marken wie S-BUDGET (Diskontoeigenmarke), SPAR Natur\*pur (Bio-Eigenmarke), SPAR Vital (Eigenmarke für bewusste Ernährung), SPAR PREMIUM (Eigenmarke für den Luxus für jeden Tag) oder SPAR free from (Produkte für Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeit). Besonders Stellenwert in den ASPIAG-Ländern hat die Eigenmarke SPAR to Go, die Convenience-Marke für den kleinen Hunger zwischendurch. Erzeugt werden die Produkte von renommierten nationalen oder internationalen Produzenten exklusiv für SPAR. Die Eigenmarkenprodukte können von Land zu Land variieren, weil die ASPIAG bemüht ist, gerade im Lebensmittelbereich landestypische Produkte mit landestypischer Rezeptur anzubieten. Manchmal, speziell im Nicht-Lebensmittelbereich, werden aber auch Marken in allen SPAR-Landesorganisationen eingeführt. Beispiele für Non-Food-Eigenmarken sind etwa BEAUTY KISS (Körperpflegeprodukte), Pascarel (Basic-Textilien) oder Pretty Baby (Babyartikel).

## *Innovative private labels are booming*

*In addition to national and international branded articles, SPAR also goes for innovative private labels. Especially popular brands are: S-BUDGET (discount private label), SPAR Natur\*pur (organic private label), SPAR Vital ('healthy choice' private label products), SPAR PREMIUM ('everyday indulgence' products) or SPAR free from (products for persons suffering from food intolerance). SPAR to Go, the convenience brand for when you need a snack, has particular importance in the ASPIAG countries. Private label items are produced exclusively for SPAR by renowned national and international suppliers. Private label products may differ from country to country because ASPIAG believes it is important, particularly in the field of food retail, to offer country-specific products with local produce. Sometimes, especially in the non-food area, brands are introduced throughout the SPAR organisations in the various countries. Examples of non-food private label products include brands like BEAUTY KISS (bodycare products), Pascarel (basic textiles) or Pretty Baby (baby items).*

# SPAR-Eigenmarken

Die SPAR-Eigenmarken bilden das starke Fundament des Sortiments in den eigenständigen SPAR-Landesorganisationen. Sukzessive werden diese Sortimente in den Ländern mit regionalen Artikeln ausgebaut.

In diesem Zusammenhang sei auch die starke regionale Ausrichtung des Lebensmittelsortiments der SPAR-Landesorganisationen erwähnt. Über 12.000 regionale und lokale Produkte gibt es in Nordostitalien, Slowenien, Kroatien und Ungarn.

Die heimischen ungarischen Wassermelonen sind bei der Bevölkerung sehr beliebt und daher fixer Bestandteil des ungarischen Sortiments. Das ist nur ein Beispiel von vielen für gelebte Regionalität von SPAR in Ungarn.

*Hungarians love home-grown watermelons, which thus form a fixed component of the Hungarian product range. Just one example among many of the sort of regional focus that SPAR Hungary offers.*



Mit REGNUM gibt es in Ungarn einen eigenen Fleischzerlegungs- und -verarbeitungsbetrieb, wo ausgebildete Metzger tagtäglich dafür sorgen, dass nur das beste Fleisch in die ungarischen Märkte kommt.

*REGNUM is an exclusive meat cutting and processing plant in Hungary, where trained butchers ensure that only the best meat reaches the Hungarian market each day.*



Kundinnen und Kunden haben in Ungarn eine große Auswahl an landestypischen Eigenmarken.

*In Hungary, customers have a wide range of country-specific private label products to choose from.*



In Slowenien finden Kundinnen und Kunden regionale und lokale Produkte auf einen Blick im SPAR-Regal.

*Customers in Slovenia can find regional and local products with a glance at the shelves in SPAR.*



Täglich produzieren die Bäckerinnen und Bäcker in der PEKARNA SPAR in Ljubljana Brot und Gebäck für SPAR Slowenien.

*On a daily basis, bakers at PEKARNA SPAR in Ljubljana bake bread and patisserie products for SPAR Slovenia.*

SPAR wie früher ist auch in Slowenien eine beliebte SPAR-Eigenmarke.

*SPAR 'like it used to be' is a much-loved SPAR private label in Slovenia, too.*



Hintergrund/Background © avtk/Shutterstock.com



Die Produkte aus dem Preiseinstiegssegment von S-BUDGET erfreuen sich in den SPAR-Landesorganisationen größter Beliebtheit.

*'Price-fighter' range products, labelled S-BUDGET, are highly popular in the SPAR organisations in the various countries.*

## SPAR private labels

SPAR private labels form the solid foundations of the range in the autonomous SPAR organisations in each country. These ranges were gradually expanded with regional articles in each country.

*In this context it's important to note the strong regional focus of the food range of the individual SPAR organisations in each country. There are over 12,000 regional and local products in north-east Italy, Slovenia, Croatia and Hungary.*



Mit SPAR PREMIUM gibt es den kleinen Luxus für jeden Tag in allen Märkten der SPAR-Landesorganisationen.

*SPAR PREMIUM means 'everyday indulgence' in all stores of SPAR organisations in the various countries.*

**ASPIAG**  
Austria-SPAR-International

ASPIAG Management AG  
Industriestrasse 64  
CH-9443 Widnau  
Tel.: 0041 / 71 / 747 93 00  
Fax: 0041 / 71 / 747 93 93  
E-Mail: office1@aspiag.com  
Internet: www.aspiag.com

**DESPAR Nordostitalien**  
*DESPAR north-east Italy*



ASPIAG SERVICE s.r.l.  
Via G. Galilei, 29  
I-35035 Mestrino (PD)  
Tel.: 0039 / 049 / 900 93 10  
Fax: 0039 / 049 / 900 94 48  
E-Mail: info@despar.it  
Internet: www.despar.it



**SPAR Slowenien**  
*SPAR Slovenia*

SPAR Slovenija d.o.o.  
Letališka cesta 26  
SLO-1000 Ljubljana  
Tel.: 00386 / 1 / 584 44 00  
Fax: 00386 / 1 / 584 44 01  
E-Mail: info@spar.si  
Internet: www.spar.si

**SPAR Ungarn**  
*SPAR Hungary*



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.  
SPAR út. 1  
H-2060 Bicske  
Tel.: 0036 / 20 / 823 70 00  
Fax: 0036 / 22 / 567 042  
E-Mail: info@spar.hu  
Internet: www.spar.hu



**SPAR Kroatien**  
*SPAR Croatia*

SPAR Hrvatska d.o.o.  
Slavonska avenija 50  
HR-10000 Zagreb  
Tel.: 00385 / 1 / 241 09 00  
Fax: 00385 / 1 / 241 09 77  
E-Mail: office@spar.hr  
Internet: www.spar.hr



## **Impressum | *Imprint***

### **Herausgeber | *Publisher:***

ASPIAG Management AG  
Industriestrasse 64  
CH-9443 Widnau

### **Für den Inhalt verantwortlich | *Editorial Director:***

Mag. Robert Spiegel, Karl Bumberger

### **Redaktion | *Editorial Managers:***

Mag. Nicole Berkmann  
Alexandra Kager  
Magdalena Marhold

### **Produktion | *Production:***

Steinkellner & Schwarz  
Agentur für Kommunikation & Design, Salzburg  
Astrid-Maria Schneider

### **Übersetzung | *Translation:***

Business Interpreters (Amsterdam)

### **Druck | *Printing:***

Gugler, Melk/Donau

### **Weitere Informationen | *Further information:***

ASPIAG Management AG  
Industriestrasse 64  
CH-9443 Widnau  
Tel.: 0041 / 71 / 747 93 00  
office1@aspiag.com  
www.aspiag.com

### **Quellen | *Sources:***

SPAR Österreich-Gruppe, Daten und Fakten 2017

### **Veröffentlichungsjahr | *Publication year:***

2018