



CONTACT

International



06

Ein sportlicher Sommer mit
Verbraucherwettbewerben ➤

10

Wachstumsmöglichkeiten der
SPAR-Marke in China ➤

18

SPAR Connected Retail
Konferenz 2024 ➤

SPAR ERDNUSSBUTTER

*Mehr als nur ein
Frühstücks-Klassiker.*



Wir freuen uns über die Wiedereinführung von SPAR Erdnussbutter mit einem aufregenden neuen Design und einer verbesserten Rezeptur, die noch mehr von der Qualität bietet, die SPAR-Kunden lieben.

Unsere charakteristischen Erdnussbuttervarianten, Cremig und Knusprig, enthalten jetzt 85% Erdnüsse und bieten somit den vollen Geschmack und den natürlichen Reichtum, die sie auf jedem Frühstückstisch unverzichtbar machen.

Doch das ist noch nicht alles – unsere frische, auffällige Verpackung wird den Kunden sicherlich nicht entgehen.

**FÜR WEITERE INFORMATIONEN WENDEN SIE SICH BITTE AN:
EINKAUFABTEILUNG DER SPAR INTERNATIONAL, AMSTERDAM,
PRODUCT@SPAR-INTERNATIONAL.COM**



„Wir können stolz sein auf den Erfolg des gesamten SPAR-Einzelhandelsnetzes im Jahr 2024. Ich möchte unseren Kolleginnen und Kollegen für ihr Engagement für die SPAR-Marke in diesem Jahr danken und freue mich darauf, unseren anhaltenden Erfolg und unser Wachstum im nächsten Jahr zu präsentieren.“

Tobias Wasmuht, Geschäftsführer,
SPAR International

Im gesamten SPAR-Einzelhandelsnetz haben unsere Einzelhändler und Kollegen 2024 den anhaltenden Erfolg der SPAR-Marke trotz anhaltender Herausforderungen vorangetrieben. Während wir nun auf 2025 und darüber hinaus blicken, berichten wir in unserer letzten Ausgabe von Contact International über einige Erfolge aus dem ablaufenden Geschäftsjahr.

2024 feierte die SPAR Österreich ihr 70-jähriges Bestehen, nachdem die SPAR-Marke 1954 dort erstmals eingeführt wurde. Die EH-Organisation betreibt heutzutage 1.556 SPAR-Märkte in Österreich sowie in fünf benachbarten Ländern. Wir gratulieren allen Beteiligten bei der SPAR Österreich zu diesem Erfolg.

In diesem Sommer fand der sogenannte 'Sommer des Sports' statt, mit der Fußball-Europameisterschaft in Deutschland und den Olympischen Spielen in Paris. Die SPAR-Länderorganisationen nutzten diese Gelegenheit, um innovative und ansprechende Verbraucherkampagnen zu entwickeln, die die Kunden begeisterten.

Darüber hinaus engagieren sich SPAR-Länderorganisationen für den Frauensport durch laufende Partnerschaften, die Sportlerinnen auf der ganzen Welt, von Südafrika bis England, unterstützen. Wir werfen einen genaueren Blick auf einige der Initiativen, die sportliche Aktivitäten und die Gesundheit von Frauen fördern und gleichzeitig Chancen für zukünftige Generationen schaffen.

Beider SPAR International setzen wir bei der Zusammenarbeit mit SPAR-Länderorganisationen unser Fachwissen ein und schaffen erstklassige Marktdesigns, die ein verbessertes Kundenerlebnis bieten. In dieser Ausgabe heben wir diverse herausragende Marktdesigns und Lösungen aus dem SPAR-Netzwerk hervor. Dazu gehört auch China, wo die SPAR-Marke dank kontinuierlicher Marktentwicklung und -modernisierung sowie der Optimierung des landesweiten Lieferkettennetzes weiter wächst und sich entwickelt.

Wir runden diese Ausgabe mit einem Rückblick auf einige wichtige Veranstaltungen im SPAR-Kalender ab. Dazu gehört die SPAR Connected Retail Konferenz 2024, die auf Gran Canaria stattfand, und die SPAR Supply Chain Konferenz 2024 in Norwegen.

- 04** [Profil der SPAR Österreich >](#)
- 06** [Ein sportlicher Sommer mit Verbraucherwettbewerben >](#)
- 09** [Designkompetenz bei der SPAR International >](#)
- 10** [Wachstumsmöglichkeiten der SPAR-Marke in China >](#)
- 12** [SPAR-Länderorganisationen engagieren sich für die Förderung von Frauen im Sport >](#)
- 14** [Pflanzliche Marken im SPAR Challenger Brand Programm >](#)
- 17** [SPAR Supply Chain Konferenz 2024 >](#)
- 18** [SPAR Connected Retail Konferenz 2024 >](#)
- 20** [Neuigkeiten der weltweiten SPAR >](#)

SPAR 
**better
together**

Titelbilder: Eine Auswahl von Bildern aus dem gesamten SPAR-Netzwerk.
© Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne
vorherige Genehmigung von SPAR International vervielfältigt werden.
SPAR International, Rokin 99/101, 1012 KM Amsterdam, Niederlande:
www.spar-international.com

In diesem Jahr feiert die SPAR Österreich ihr 70-jähriges Bestehen, nachdem die Organisation 1954 gegründet wurde. In den folgenden sieben Jahrzehnten entwickelte sich die Einzelhandelsorganisation und expandierte. Heutzutage werden 1.556 SPAR-Märkte in Österreich sowie in fünf benachbarten Ländern betrieben.

PROFIL DER SPAR ÖSTERREICH

Über SPAR Österreich

SPAR Österreich wurde 1954 vom Großhändler Hans F. Reisch und 100 selbständigen Kaufleuten in Tirol gegründet. Seitdem entwickelte sich die SPAR Österreich erfolgreich zu einem mitteleuropäischen Handelsunternehmen, das im Lebensmittel-EH, im Sportartikelhandel und Shoppingcentre-Betrieb tätig ist. Heute ist die SPAR Österreich immer noch ein zu 100% in Privatbesitz befindliches österreichisches Familienunternehmen und Marktführer in Österreich.

Wachsende EH-Verkaufsfläche

Es gibt 1.556 SPAR-Märkte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 800m² in Österreich. Über 1.000 Märkte werden als SPAR-Supermärkte betrieben, der Rest unter anderen Formaten wie INTERSPAR, EUROSPAR, SPAR Gourmet und SPAR Express. Die Märkte werden kontinuierlich weiterentwickelt, erneuert und modernisiert, wodurch Verkaufsfläche und Sortiment erweitert werden. Dazu gehören auch die Einführung intelligenter elektronischer Regaletiketten und die äußerst erfolgreiche SPAR Österreich Verbraucher-App, die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Artikel über 2,5 Mio. Nutzer hat.

SPAR Österreich Gruppe

2023 erzielte die SPAR-Österreich-Gruppe einen Umsatz von über €20 Mrd. über alle Geschäftsbereiche hinweg und beschäftigte 93.500 Mitarbeitende, davon nahezu 52.000 in Österreich. Die Gruppe ist auch in Norditalien, Ungarn, Slowenien und Kroatien tätig und betreibt dort 1.479 Filialen, die einen Gesamtumsatz von €7,80 Mrd. erwirtschaften, und 40.000 Mitarbeiter im Groß- und Einzelhandel beschäftigen.

Die Einzelhandelsorganisation investiert kontinuierlich in die Zukunft des Unternehmens und finanziert jedes Jahr Projekte in Bereichen wie Digitalisierung, Expansion, Logistik und Nachhaltigkeit. In Österreich wurde im September dieses Jahres das Logistikzentrum in Graz nach einer fast zweijährigen Bauphase und einer Investition von €51 Mio. wiedereröffnet. Die Logistikfläche wurde um 40% und um 12.000 neue Palettenplätze erweitert, von denen die Hälfte in einem automatischen Palettenhochregallager untergebracht ist. Dies ist die fünfte Ausbaustufe des Standorts, um den wachsenden Anforderungen an eine große Sortimentsauswahl gerecht zu werden und die Versorgung von 1,4 Mio. Menschen in der Region Steiermark und südliches Burgenland weiterhin sicherzustellen.



Wohlbefinden und Entwicklung der Mitarbeitenden

Als 100%iges Familienunternehmen legt die SPAR Österreich großen Wert auf Familienfreundlichkeit. Flexible Arbeitszeitmodelle, ein aktives Karenzmanagement, umfangreiche Aus- und Weiterbildungsprogramme sowie zahlreiche Maßnahmen zur Gesundheitsprävention sorgen für ein gutes Zusammenspiel zwischen Beruf und Familie.

SPAR Österreich ist der größte private Arbeitgeber und der größte private Lehrlingsausbilder in Österreich. Mit über 2.500 Lehrlingen und 24 verschiedenen Ausbildungsberufen bietet das Unternehmen ein breites Spektrum an Karrieremöglichkeiten, wobei viele Mitarbeitende im Laufe ihres Berufslebens verschiedene Positionen innerhalb des Unternehmens bekleiden, was von SPAR Österreich auch gefördert wird.

Die SPAR-Akademie in Wien verfolgt einen einzigartigen Ansatz in der Ausbildung. Lehrlinge erhalten nicht nur die beste Ausbildung, sondern auch die Basis für alle beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens. Die SPAR-Akademie kombiniert den Rahmenlehrplan für Berufsschulen mit innovativen Zusatzausbildungen, wie FAIRTRADE-Botschafter,

Green Champion und Käse- und WurstexpertInnen, die auf den Lebensmitteleinzelhandel zugeschnitten sind. Kürzlich wurde die SPAR Österreich Akademie in Wien mit dem Zertifikat „Botschafterschule des Europäischen Parlaments“ ausgezeichnet.

Anlässlich des 70-jährigen Firmenjubiläums schenkte die SPAR Österreich den Mitarbeitenden in Österreich in diesem Jahr einen zusätzlichen Urlaubstag. Das Wohlbefinden der Mitarbeitenden hat für den Einzelhändler oberste Priorität, da zufriedene Mitarbeiter der Schlüssel zum Erfolg des Unternehmens sind.

„Gemeinsam feiern wir 70 Jahre SPAR Österreich. Eine Erfolgsgeschichte, die uns als Familienunternehmen zur Nummer eins im Lebensmittelhandel gemacht hat. Das macht uns stolz und vor allem dankbar. Der größte Dank gebührt unseren Mitarbeitenden. Sie alle machen die SPAR Österreich Gruppe zu dem, was sie ist: Ein erfolgreiches und sympathisches Unternehmen“, - Vorstandsvorsitzender der SPAR Österreich Hans K. Reisch.



Der Sommer 2024 war in der Sportwelt mit der Fußball-Europameisterschaft in Deutschland und den Olympischen Spielen in Paris erlebnisreich. Anlässlich dieses Sportsommers boten SPAR-Länderorganisationen innovative Verbraucherwettbewerbe an, die die Kunden begeisterten.

EIN SPORTLICHER SOMMER MIT VERBRAUCHERWETTBEWERBEN

Die Kampagne „Mit jedem Tor gewinnen“

Die Fußball-EM ist eines der größten Turniere im Fußball und einige der größten Stars des europäischen Fußballs vertraten ihre Länder während der Meisterschaften in diesem Sommer in Deutschland.

Da sich sowohl England als auch Schottland für das Turnier qualifizierten, legten die SPAR-Großhändler James Hall & Co. Ltd. und CJ Lang & Son Ltd. die englische und schottische Rivalität beiseite, um gemeinsam an der Kampagne „Win With Every Goal“ teilzunehmen. Dabei spielten 80.000 SPAR-Kunden mit und wurden im Laufe des Sommers über 1,1 Mio. Sofortprämien ausgegeben. Das innovative Konzept wurde erstmals von James Hall & Co. Ltd. für die Fußball-WM 2022 eingeführt, und wurde für die EM nach Schottland ausgeweitet. Über 750 SPAR-Supermärkte in Schottland und Nordengland nahmen teil. Der Gesamtpreispool stieg auf über £700.000.

Um mitzumachen, besuchten SPAR-Kunden die Website everygoal.co.uk und drehten nach Eingabe ihrer Daten an einem virtuellen Rad, das ihnen nach dem Zufallsprinzip ein Team zuwies. Sie konnten dann wählen, ob sie

eine sofortige Belohnung erhalten wollten, wenn ihre Mannschaft ein Tor erzielte oder einkassierte, und die Preise direkt in den teilnehmenden SPAR-Märkten vor Ort einlösen. Zusätzlich konnten die BenutzerInnen täglich ein virtuelles Rubbellos spielen mit dem Tausenden von Preisen gewonnen werden konnten.

Zusätzlich zu den 1,1 Mio. Sofortprämien, einschließlich der Hauptpreise, wurden 880.000 Rubbellose gespielt, wobei alle 3,8 Sekunden ein Spiel gespielt wurde. Alle gültigen Einsendungen nahmen an einer Verlosung teil, bei der ein glücklicher Kunde in Nordengland und ein Kunde in Schottland £200 gewannen, was an jedem Tag der 39-tägigen Kampagne für zusätzliche Spannung sorgte. Die erste gültige Einsendung pro Person und alle Einsendungen für den Sofortgewinn qualifizierten sich für die Verlosung der Hauptpreise in Höhe von £10.000 für einen Kunden in Nordengland und einen in Schottland. Die Einlösungsrate der Gutscheine lag bei durchschnittlich 22%, was 20 Prozentpunkte über dem Branchendurchschnitt für Papiergutscheine liegt.

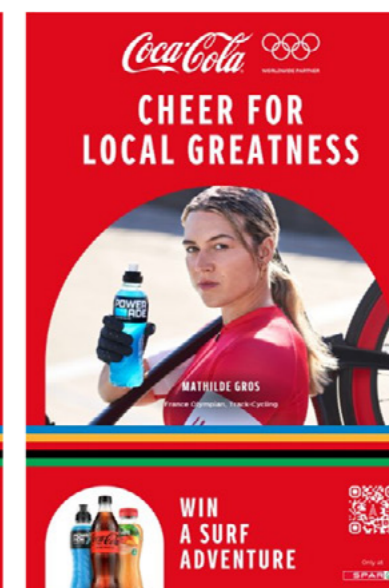
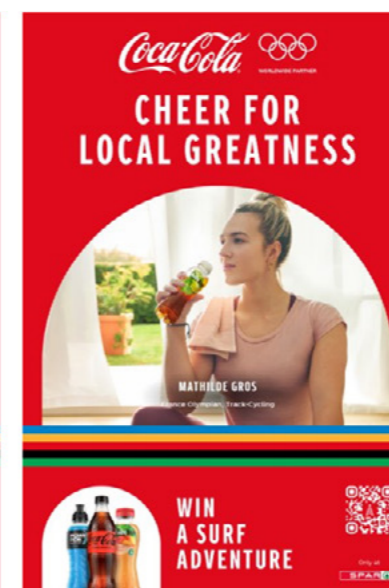
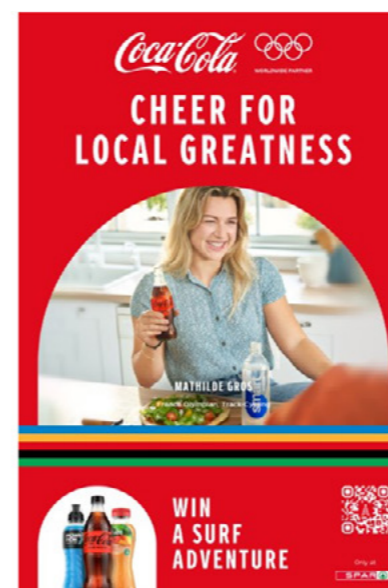


Weltweite Coca-Cola-Kampagne bei SPAR

Der vielleicht prestigeträchtigste Sportwettbewerb der Welt, die Olympischen Spiele, fand diesen Sommer in Paris statt. Die Olympischen Spiele sind eines der meistgesehenen Sportereignisse weltweit, mit 206 Nationen, die an über 50 Sportarten teilnehmen, und bieten eine einzigartige Gelegenheit, Kunden zu engagieren und zu begeistern. Die SPAR-Marke und Coca-Cola sind ein Synonym für Sport und Leichtathletik, so dass die weltweite Aktivierungskampagne von Coca-Cola rund um die Olympischen Spiele Paris 2024 bei SPAR eine passende Wahl war.

Wenn Kunden zwei oder mehr Coca-Cola-Produkte in teilnehmenden SPAR-Märkten kauften und den QR-Code an der Kasse scannten, konnten sie ihren Kassenbon hochladen und somit direkt verschiedene Preise gewinnen, mit zusätzlichen Möglichkeiten, größere Preise zu gewinnen. Die Preise variierten von Rabattgutscheinen über Fitnessstudio-Abos und Geschenkgutscheinen bis hin zu einer Reise nach Tahiti, um die bei den Olympischen Spielen Paris 2024 genutzten Surfspots zu besuchen und an Surfkursen teilzunehmen.

Insgesamt war die Coca-Cola-Olympia-Kampagne in unterschiedlichem Ausmaß in SPAR-Märkten im Vereinigten Königreich, den Niederlanden, Slowenien, der Schweiz, Italien, Südafrika und China aktiv. Die Kampagne erstreckte sich über Online-Kanäle, durch QR-Code-Einlösung und Verbraucheraktivierungen, auf mehrere Berührungspunkte innerhalb und außerhalb der Märkte, von Außenplakaten bis hin zur Sichtbarkeit im Regal, und umfasste digitale Bildschirmschilder. Erste Ergebnisse der weltweiten Kampagne deuten auf einen Anstieg des Umsatzes von Coca-Cola-Produkten in SPAR-Märkten hin, wobei sich der Umsatz in Großbritannien und Slowenien nahezu verdoppelte.



SPRUCY LUCY

Pinie im Namen. Pinie im Bier.

SPAR International ist stolz auf die Einführung von Sprucy Lucy in Zusammenarbeit mit BrewDog.

Dieses West Coast Session Pale mit einem Alkoholgehalt von 4,5% kombiniert sieben Hopfensorten für ein wahres Waldaroma voller Piniennoten, mit einem modernen Twist und einem außergewöhnlichen Geschmack.



KEIN ALKOHOL UNTER 18. VERANTWORTUNGSVOLL TRINKEN.
KEIN ALKOHOL IN DER SCHWANGERSCHAFT.

Um ein bevorzugter Einzelhändler zu bleiben, arbeiten die SPAR-Länderorganisationen mit SPAR International zusammen und nutzen die langjährige Erfahrung des Unternehmens in der Gestaltung von Märkten verschiedener Größen und Formate, um erstklassige SPAR-Märkte und Lösungen zu entwickeln, die den Kunden ein verbessertes Einkaufserlebnis bieten.

DESIGNKOMPETENZ BEI DER SPAR INTERNATIONAL

Internationale Marktdesigns

SPAR International und SPAR Irland arbeiteten gemeinsam an einer strategischen Auffrischung der EUROSPAR-Marke. Höhepunkt war hierbei die Eröffnung des [EUROSPAR-Supermarktes in Dunboyne](#), ein tonangebender Supermarkt, der das neue EUROSPAR-Marktdesign vorführt. Beim neuen Design liegt der Schwerpunkt darauf, dass sich die Kunden dank breiterer Gänge und einer besseren Beschilderung leicht durch das Geschäft bewegen können. Darüber hinaus ist der Fokus auf frische Produkte und Lebensmittel zum Mitnehmen, ein zentrales Element der EUROSPAR-Strategie, im gesamten Supermarkt sichtbar. Der Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit ist auch deutlich und umfasst diverse Maßnahmen zur Reduzierung des Kohlenstoffausstoßes, einschließlich Kühltechnologien, Photovoltaikanlagen und recycelter Ladenausstattung.

In der Zwischenzeit führte die Zusammenarbeit zwischen SPAR International und SPAR Shandong Jiajiayue in China dazu, dass der neue, erstklassige [SPAR-Supermarkt Jiajiayue Beijing Chaoji Heshenghui](#) eröffnet wurde. Auf einer Fläche von 4.000m² bietet der Supermarkt ein neues, modernes Design mit innovativem Look and Feel. Dazu gehören geräumige Gänge, Verkaufsinselformen, verschiedene Regalformen und kreative Produktpräsentationen, die durch Farbe und Beleuchtung hervorgehoben werden. Darüber hinaus bietet die Mischung aus traditioneller chinesischer Kultur und einem hochwertigen westlichen Supermarkt ein neues Einkaufserlebnis für die Kunden.

Innovative Foodservice-Lösungen

SPAR International arbeitet auch mit SPAR-Länderorganisationen zusammen, um maßgeschneiderte Foodservice-Lösungen zu entwickeln. Der [SPAR Foodclub](#) in den Niederlanden wurde von der SPAR Niederlande mit Unterstützung von SPAR International entwickelt. Der SPAR FoodClub bietet großartige Möglichkeiten für Menschen, die zu jeder Tageszeit schmackhafte Speisen suchen: vom Frühstück und Mittagessen bis zum schnellen Snack oder Abendessen, mit einem umfassenden Angebot an frischen und schmackhaften Produkten wie reichhaltig belegten Sandwiches, knusprigen Toasts aus dem Tosti Club und köstlichen Pasta- und Wok-Gerichten.

Ende 2023 führte SPAR International die eigene gesunde Food-to-go-Lösung unter der Marke SPAR ENJOY ein. Diese Lösung ist eine Neuerung im Bereich der frischen Foodservice-Lösungen, die den Kunden zu jeder Tageszeit eine Vielzahl von gesunden Mahlzeiten zum Mitnehmen bietet, die mit frischen Zutaten zubereitet werden. Die den SPAR-Länderorganisationen angebotene Auswahl umfasst Fleisch-, vegetarische und vegane Gerichte in Form von Boxen, Schüsseln und Wraps, die von qualifiziertem Küchenpersonal vor Ort zubereitet werden. Praktisch gekühlte und warme Mahlzeiten werden im Markt zubereitet und stehen für die Kunden direkt im Regal bereit.



Die SPAR-Marke wurde 2004 mit der Unterzeichnung der Lizenzvereinbarung für die Provinz Shandong auf dem chinesischen Markt eingeführt. Jetzt begleiten zwei Hauptpartner das Wachstum der SPAR-Marke im ganzen Land.

WACHSTUM DER SPAR-MARKE IN CHINA

SPAR Shandong & SPAR Guangdong

In China wird die SPAR-Marke von zwei Hauptpartnern betrieben, wobei SPAR Shandong (Teil der Jiajiayue Holding Group) im Norden des Landes und SPAR Guangdong (Teil von Guangdong Jiarong Supermarket Co Ltd) im Süden des Landes tätig ist. SPAR Shandong betreibt über 1.000 Märkte, davon mehr als 230 unter der Marke SPAR, in 60 Städten. Inzwischen hat SPAR Guangdong über 130 SPAR-Märkte in zehn Städten in der Provinz Guangdong.

Insgesamt gibt es landesweit mehr als 340 Märkte unter der Marke SPAR, meist größere Hypermärkte. Die SPAR China erzielte 2023 einen EH-Umsatz von über € 1 Mrd., auf der Basis von konstanten Währungswerten. SPAR China wird von der CCFA als einer der 25 besten Supermärkte sowohl im Norden als auch im Süden des Landes ausgezeichnet.

Ein verbessertes Kundenerlebnis im Geschäft

Das Wachstum der SPAR-Marke in China wurde durch konsequente Marktentwicklung und -modernisierung aufgebaut. Diese Märkte bieten Kunden ein außergewöhnliches Einkaufserlebnis und eine zentrale Anlaufstelle, um ein umfangreiches Sortiment an hochwertigen lokalen

und internationalen Produkten zu erschwinglichen Preisen zu erhalten, einschließlich regionaler Frischwaren, Food-to-go-Optionen, Lebensmittel, Drogerieartikel, Spirituosen und Haushaltsprodukte.

Die SPAR-Märkte in China sind nach internationalen SPAR-Richtlinien gebaut und kennzeichnen sich durch geräumige Gänge, Produktauslagen, spezielle Produktbereiche und den Einsatz von Farbe und Beleuchtung. Die Technologien in den Filialen umfassen automatische Selbstbedienungskassen, elektronische Regaletiketten, digitale Bildschirme und moderne Waagen. An ausgewählten Standorten im ganzen Land stehen Kunden auch Online-Lieferlösungen zur Verfügung.

Anfang dieses Jahres eröffnete SPAR Shandong einen erstklassigen 'Hops On' SPAR-Hypermarkt in Peking, über den Sie [hier mehr lesen](#) können. Das 'Hops On'-Marktdesign, das in Zusammenarbeit mit SPAR International entwickelt wurde, präsentiert ein modernes und innovatives Marktdesign und wird in neuen und modernisierten Märkten in Peking und der Region Shandong eingeführt.



Im Süden hat die SPAR Guangdong in den letzten 12 Monaten eine Vielzahl von Marktmodernisierungen abgeschlossen, die die Präsenz der SPAR-Marke steigern und neue Marktstandards in der Region setzen. Diese Modernisierungen verbessern das Kundenerlebnis durch die Einführung neuer Konzepte sowie Verbesserungen der aktuellen Angebote und Produktsortimente. SPAR Guangdong wurde von der Regierung für die außergewöhnliche Qualität und den Service für lokale Gemeinden ausgezeichnet.

Wachstum durch die Lieferkette

Ein Kernpunkt der Entwicklung der SPAR-Marke in China war die Einrichtung einer erstklassigen Lieferkette mit dem Schwerpunkt auf der Lieferung von reaktionsschnellem Nachschub mit den frischesten Produkten an die Märkte. Seit 2008 hat die SPAR Shandong im nördlichen Teil des Landes ein Hub-and-Spoke-Lieferkettennetzwerk mit 16 Lagern aufgebaut, die Obst und Gemüse, gekühlte Produkte, Tiefkühlprodukte und ein komplettes Sortiment an Lebensmittel- und Snackprodukten in sechs Regionen liefern, Shandong, Beijing, Hebei, Innere Mongolei, Anhui, Jiangsu.

Maximale Frische ist ein Schwerpunkt der SPAR Shandong, die sechs Zentralküchen und mehrere Lebensmittelproduktionsanlagen betreibt, die die Märkte mit den hochwertigsten und frischesten Produkten versorgen, die über die gesamte Lieferkette engmaschig verwaltet werden, gestützt durch ein robustes lokales Beschaffungsprogramm, das auf hochwertige Produkte abzielt.

Im Süden betreibt SPAR Guangdong ein Zentrallager und mehrere Produktionsanlagen in Dongguan. Das Team konzentriert sich auf die direkte Zusammenarbeit mit Landwirten, um Obst und Gemüse von höchster Qualität zu beschaffen, das täglich an die Filialen in den Provinzen Guangdong, Dongguan, Mao Ming, Meizhou und Shaoguan geliefert wird. Die Lieferungen von gekühlten und tiefgekühlten Produkten sowie von Lebensmitteln werden über das Lager in Dongguan koordiniert. Dabei werden die Lieferungen konsolidiert, um die Verfügbarkeit für die Kunden in den Regalen zu optimieren und die Betriebskosten zu senken.



Beharrliches Engagement der SPAR-Marke für den Frauensport zeigt sich in den laufenden Partnerschaften und Initiativen, die Athletinnen auf der ganzen Welt fördern. Von Südafrika bis England hat die Unterstützung von SPAR-Organisationen einen wesentlichen Einfluss auf die Unterstützung von Frauen im Sport, Gesundheitsförderung und die Schaffung von Möglichkeiten für zukünftige Generationen.

SPAR-LÄNDERORGANISATIONEN ENGAGIEREN SICH FÜR DIE FÖRDERUNG VON FRAUEN IM SPORT

Empowerment durch Teilnahme

SPAR Gran Canaria [setzt sich weiterhin für den lokalen Sport ein](#). Der Einzelhändler erneuerte die langfristige Partnerschaft mit der Frauenfußballmannschaft CD Femarguín und betont, wie wichtig es ist, den Frauensport zu fördern. Die Unterstützung der SPAR Gran Canaria trägt dazu bei, dass die Sportlerinnen gute Leistungen erbringen und sich für einen gesunden Lebensstil einsetzen, der die Werte der SPAR-Marke widerspiegelt. SPAR Gran Canaria fördert somit eine starke Sportkultur und gleichzeitig die Gesundheit und das Wohlbefinden auf den Kanarischen Inseln.

Das Engagement der **SPAR Südafrika** für den Frauensport ist tiefgreifend und spiegelt sich in der langjährigen Unterstützung in verschiedenen Disziplinen wider. Dazu gehört die [SPAR-Grand-Prix-10-km-Serie](#), an der beim Eröffnungsrennen 2024 in Kapstadt über 14.000 Teilnehmerinnen dabei waren. Der Wettbewerb wurde von Glenrose Xaba gewonnen. Das Sponsoring von SPAR war entscheidend für die Förderung der Leichtathletik für Frauen und wird vom Leichtathletikverband in Südafrika sehr geschätzt.

SPAR Südafrika verlängerte vor kurzem auch das [Sponsoring für Netball South Africa \(NSA\)](#) bis 2027. Dies bedeutet, dass die Partnerschaft nun über 24 Jahre besteht, das längste Team-Titelsponsoring in Südafrika. Neben Leichtathletik und Netball unterstützt SPAR Südafrika auch Frauenhockey, und zwar die SPAR KZN Raiders, die amtierenden Meisterinnen [des interprovinziellen SPAR Südafrika Hallenhockey Turniers 2024](#). Diese breite Unterstützung unterstreicht das Engagement der SPAR Südafrika für die Förderung von Sportlerinnen sowie einer Kultur von Spitzenleistungen im nationalen Frauensport.

Empowerment durch Rollenmodelle

SPAR Irland machte durch die Partnerschaft mit der [Olympiasiegerin im Boxen, Kellie Harrington](#), und der [Rekordsprinterin Rhasidat Adeleke](#) bedeutende Fortschritte bei der Unterstützung des Frauensports. Harringtons Beteiligung an SPAR Irlands Stay in the Game-Wettbewerb stärkte 279 Sportvereine, die sich dafür einsetzen, dass Mädchen im Teenageralter sportlich aktiv bleiben. Die Siegervereine erhalten €2.000 und Zugang zu einem Workshop. Harrington



trägt dazu bei, jungen Sportlerinnen Selbstvertrauen und ein dauerhaftes Engagement für den Sport zu vermitteln. Adeleke wurde zu einem Rollenmodell, als sie sich auf die Leichtathletik-Europameisterschaften 2024 und die Olympischen Spiele vorbereitete. Mit Hilfe der SPAR Irland veranschaulichte sie wie wichtig Sponsoring für sportliche Erfolge ist. Dies untermauert das Engagement der SPAR Irland für die Förderung junger Talente weiter.

SPAR Schottland spielte eine entscheidende Rolle bei der Förderung des Frauensports, wobei die [schottische Leichtathletik-Ikone Eilidh Doyle](#) eine zentrale Rolle spielt. Doyle, eine herausragende Leichtathletin, ist eine wichtige Botschafterin für die gesellschaftlichen Initiativen der SPAR Schottland. In diesem Jahr unterstützte Doyle SPAR Schottlands Engagement bei den Leichtathletik-Hallenweltmeisterschaften in Glasgow und brachte der Gemeinschaft Aktivitäten näher, die eine gesunde Lebensweise fördern. Als Rollenmodell inspiriert Doyle weiterhin zukünftige Generationen von Sportlerinnen in Schottland.

In ähnlicher Weise hat in Lancashire die Partnerschaft des **SPAR UK** Großhändlers James Hall & Co. Ltd. durch die Partnerschaft mit der [olympischen Bronzemedallengewinnerin Holly Bradshaw](#) die Begeisterung für den Frauensport geweckt. Bradshaws Teilnahme an den SPAR Lancashire School Games 2023-24 im Vertriebszentrum von James Hall & Co. Ltd in Preston brachte 55 Schülerinnen und Schüler aus neun Bezirken von Lancashire zusammen. Bradshaw schilderte, wie sie einst als Teilnehmerin der Schulsportspiele zu einer Spitzensportlerin wurde, hinterließ einen bleibenden Eindruck bei den Schülerinnen und Schülern und unterstrich, wie wichtig es ist, dranzubleiben, wenn man erfolgreich sein will. Ihre Vorbereitung auf die Olympischen Spiele in Paris diente als Inspiration für junge Athletinnen und beweist erneut, dass die SPAR UK sich stark dafür einsetzt, Frauen im Sport zu unterstützen.

Durch diese Initiativen fördern die SPAR-Länderorganisationen nicht nur den Frauensport, sondern sorgen auch dafür, dass Sportlerinnen die Rollenmodelle haben, die sie brauchen, um erfolgreich zu sein.



Pflanzliche Marken im SPAR Challenger Brand Programm

Wachstum pflanzlicher Produkte

In den letzten Jahren gab es einen stetigen Wandel bei den Verbrauchern hin zu pflanzlichen Lebensmitteln, wodurch dieses Marktsegment in Supermärkten weltweit Einzug hält.

Eine europaweite Umfrage des *Smart Protein Projects**, die 2023 in zwanzig Ländern zum zweiten Mal durchgeführt wurde, zeigte, dass bis zu 45% der Europäer 2023 vegetarisch, vegan oder flexitarisch lebten. Flexitarier bilden die zweitgrößte Verbrauchergruppe in Europa, direkt hinter den Omnivoren. Auch reduzieren Verbraucher in Europa die Menge an tierischen Lebensmitteln in ihrer Ernährung. So gaben beispielsweise bis zu 51% der Befragten an, ihren Fleischkonsum verringert zu haben, verglichen mit 46% im Jahr 2021. Dieser Wandel hin zu mehr pflanzlichen Produkten in Europa wird von Faktoren wie Gesundheit, Umweltbewusstsein und Tierschutzbedenken vorangetrieben.

Es gibt ein zunehmendes Interesse der Konsumenten an pflanzlichen Produkten in Produktsegmenten wie Fleisch, Fisch und Milchprodukte. In Europa ist pflanzliche Milch das am häufigsten konsumierte pflanzliche Produkt und wird von 36% der Verbraucher mindestens einmal pro Woche konsumiert. Zudem wächst die Nachfrage nach pflanzlichen Süßwaren, Snacks und Fleischprodukten stetig.

Pflanzliche Lebensmittel haben ein großes Potenzial, im LEH weiter zu wachsen, insbesondere in Europa. Mit dieser andauernden Verhaltensänderung bei den Verbrauchern ergeben sich nicht nur für pflanzliche Marken Möglichkeiten, sondern auch für Einzelhändler, die der sich wandelnden Kundschaft mehr Auswahlmöglichkeiten anbieten wollen.

*www.smartproteinproject.eu

Unterstützung innovativer pflanzlicher Marken durch das SPAR Challenger Brand Programm

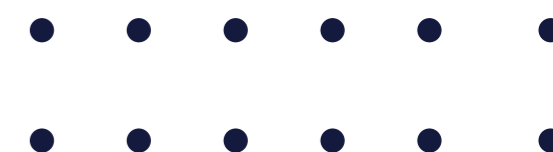
Im Rahmen der Strategie „SPAR Buying Better Together“ ermöglicht das SPAR Challenger Brand Programm der SPAR International die aktive Zusammenarbeit mit Challenger Brands: trendstarke Marken, die dank innovativer Produktentwicklung und geschicktem Marketing ihre etablierten Wettbewerber übertreffen und Marktanteile gewinnen. SPAR International bietet 48 SPAR-Ländern die Möglichkeit, sich zu differenzieren und ihr Angebot in den Geschäften mit diesen Challenger Brands zu erweitern.

Durch das SPAR Challenger Brand Programm werden pflanzliche Marken unterstützt, während sie wachsen und in neue Märkte vordringen und in SPAR-Filialen angeboten werden.



Zu diesen Marken zählen die etablierte Haferdrink-Marke Oatly sowie B-Corp-zertifizierte Marken wie Love Raw und Vita Coco, die über dieses Programm in SPAR-Märkten eingeführt werden.

Durch die Aufnahme dieser äußerst innovativen pflanzlichen Marken in SPAR-Märkte und unser logistisches Netzwerk unterstützt SPAR International weiterhin deren Wachstum und ermöglicht ihnen den Zugang zu neuen Regionen außerhalb ihrer Inlandsmärkte.





RETAIL AUTOMATION

Self-service scales with Object Recognition software

Minimize sales losses from false recordings in self-service and offer your customers a contemporary, convenient shopping experience. The Bizerba RetailApp Object Recognition allows automatic identification of products placed on the self-service scale with AI-based object recognition.

Camera images from all globally connected scales are automatically collected and stored securely in the Bizerba Cloud. With the integrated Bizerba Services, the AI based data model is centrally further developed and trained by analyzing these images. On this basis,

automatic article number mapping takes place. Your benefits: No long teaching times for your assortment and quick implementation of the solution. As a result, the system learns from weighing processes in many different supermarkets every single day and provides increasingly reliable results.

From day 1, you benefit from a global database and high recognition accuracy. Even new products in your assortment are recognized directly thanks to the data model. Thanks to globally collected data, the hit rate increases with each application.

Bizerba Self Service scales with Object Recognition software and ancillary retail solutions were introduced to a number of SPAR independent retailers in the Low-veld region of South Africa.

Some standout advantages over previous systems used are

- ✓ faster processing of customer orders
- ✓ added customer convenience
- ✓ better in-store experience

For the retailers, benefits extend with

- ✓ centrally organized price and items updates
- ✓ the ability to run multiple label formats with the same printer incl. modern linerless labels
- ✓ and overall, higher stock accuracy and better in-store efficiencies.

This integration shows a commitment among these independent retailers to add customer value by driving innovation and digitisation. Shape your future. Discover Bizerba Object Recognition.

BIZERBA

bizerba.com



Learn more about Object Recognition

Die diesjährige SPAR Supply Chain Konferenz fand in Oslo, Norwegen, auf Einladung von ASKO und SPAR Norwegen statt. Teilnehmer aus verschiedenen Bereichen des SPAR-Einzelhandelsnetzes kamen zusammen, um Themen innerhalb der Lieferkette zu diskutieren.

SPAR SUPPLY CHAIN KONFERENZ 2024

Aktuelle Entwicklungen

Im Laufe der Konferenz richteten 27 Sprecher von SPAR-Länderorganisationen und Lieferanten das Wort an die Teilnehmer, die persönlich und online per Livestream dabei waren. Mit dem Fokus auf die gesamte Lieferkette untersuchte die Konferenz die neuesten Entwicklungen innerhalb der Branche und des weltweiten SPAR-Netzwerks in Bereichen wie Digitalisierung, Strategie, nachhaltige Lieferketten, Lieferkettenoptimierung und Automatisierung.

Die Sprecher berichteten, wie ihre Unternehmen sich den Herausforderungen der Branche stellen, wie z.B. inflationärem Kostendruck, Herausforderungen bei der Servicequalität, insbesondere bei wichtigen Lieferanten, Arbeitskräftemangel, Unterbrechungen der Lieferkette aufgrund von Materialknappheit, extremen Wetterbedingungen und internationalen Konflikten. Die Teilnehmer hörten die Erfahrungen von anderen SPAR-Länderorganisationen und konnten so wertvolle Erkenntnisse für alle Mitglieder des SPAR-Netzwerks gewinnen.

Zu den wichtigsten Erkenntnissen aus den Präsentationen gehörten die Bedeutung der Entwicklung von personellen Ressourcen und die verstärkte Notwendigkeit der Zusammenarbeit innerhalb des Lieferkettennetzes. Darüber hinaus ist die Konzentration auf die ökologischen und sozialen Auswirkungen der gesamten Lieferkette heutzutage der Schlüssel zum Geschäftserfolg. Die Bedeutung von Digitalisierung wurde hervorgehoben, und durch die Nutzung von Echtzeitdaten können sowohl die Leistung als auch die Entscheidungsfindung verbessert werden. Solche Erkenntnisse können

Unternehmen dabei helfen, eine flexiblere und widerstandsfähigere Lieferkette zu entwickeln, die sich an die sich ständig ändernden Herausforderungen und Kundenanforderungen anpassen kann.

Besuch des ASKO Oslo Fjord Logistikzentrums

Im Rahmen der SPAR Supply Chain Konferenz besuchten die Teilnehmer das AKSO Oslo Fjord Distributionszentrum und das ASLO Maritime Projekt, um von ASKO, dem Gastgeber, mehr über die neuesten Lager- und Transportentwicklungen in Norwegen zu erfahren.

Das ASKO Oslo Fjord Vertriebszentrum ist ein neues, hochmodernes, hochautomatisiertes Logistikzentrum mit einer Fläche von etwa 35.000m² und einer Höhe von 30 Metern. Das Distributionszentrum ist sowohl in den Tiefkühl- als auch in den Lagerbereichen, von denen aus über 300 Geschäfte beliefert werden, voll automatisiert. Das Distributionszentrum erfüllt die höchsten Nachhaltigkeitsstandards und ist mit „Breeam Outstanding!“ zertifiziert, einem internationalen Standard zur Klassifizierung von Gebäuden hinsichtlich Nachhaltigkeit und Energieeffizienz.

Das ASKO Maritime Project ist eine innovative Methode, die den emissionsfreien Warentransport über den Oslofjord unterstützt. Als erste ihrer Art transportieren zwei unbemannte elektrische Seeschiffe Produkte über den Fjord, wodurch jedes Jahr Hunderttausende von Straßenkilometern eingespart und eine nachhaltige und innovative Logistiklösung gefördert wird.



Die SPAR Connected Retail Konferenz 2024 brachte SPAR-Länderorganisationen auf Gran Canaria zusammen. Zentral war dabei die Zusammenarbeit, der Austausch von Best Practice in verschiedenen Geschäftsbereichen und die Auszeichnung von SPAR-Organisationen für herausragende Leistungen.

SPAR CONNECTED RETAIL KONFERENZ 2024

Erfahrungen aus dem gesamten Netzwerk

Etwa 100 Teilnehmer kamen online und persönlich zusammen, um zu lernen und Wissen mit Kollegen aus dem gesamten SPAR-EH-Netzwerk auszutauschen. Dabei wurden Themen wie digitaler Handel, Marketing, IT, E-Commerce und Design besprochen. Die Teilnehmer wurden von Tobias Wasmuht, Geschäftsführer der SPAR International, begrüßt und erhielten von Dunia Pérez García, Geschäftsführerin der SPAR Gran Canaria, Einblicke in lokale Aktivitäten.

Im Rahmen der SPAR Connected Retail Konferenz 2024 wurden in 23 Präsentationen, von drei Gastrednern und einem interaktiven Workshop Themen wie die Bedeutung von EH-Medien, Käuferverhalten und -einblicke, die Nutzung von Daten zur Optimierung von Abläufen und Verbesserung von Kundenerlebnissen sowie neue Ladentechnologien und Innovationen behandelt. SPAR-Organisationen stellten in diesen Sitzungen Entwicklungen und Innovationen vor und gewährten ihren Kollegen wertvolle Einblicke.

Teilnehmer mit dem Schwerpunktbereich Nachhaltigkeit nahmen separat an einer maßgeschneiderten Sitzung teil, um die wichtigsten Themen in diesem Bereich zu besprechen. Dazu gehörten Ansätze zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, Rückverfolgbarkeit und Transparenz im Lieferkettenmanagement sowie Datenerfassung. Gemeinsam befasste sich die Gruppe

mit den Herausforderungen, die sich den Unternehmen auf dem Weg zu Net Zero stellen, mit der Einhaltung von Nachhaltigkeits- und Berichtspflichten und tauschte bewährte Verfahren und Lösungen aus.

Erfolg im SPAR-EH-Netz würdigen

Während der Konferenz wurde ein Preisverleihungsdinner veranstaltet, um Innovationen und Entwicklungen von lizenzierten SPAR-Organisationen in verschiedenen Aspekten des Geschäfts zu feiern.

Der Preis für Marketingkampagnen ging an SPAR Ungarn für den Einsatz von Gamification in ihren Marketingkampagnen mit nahezu 200.000 NutzerInnen. SPAR Irland erhielt den Preis für Digitales Marketing für ihre Multiplattform-Strategie für soziale Medien sowie für die Erstellung überzeugender Kampagnen und die Vertiefung von Inhalten bei SPAR-Einzelhändlern.

Die SPAR Niederlande erhielt den Marketing Innovation Award für ihre umfassende Medienlösung für den EH. SPAR Gran Canaria erhielt den Preis für E-Commerce Innovation und Exzellenz für die Entwicklung ihrer End-to-End E-Commerce-Lösung und die Förderung von Online/Offline-Synergien. Der SPAR-Großhändler Henderson Group aus Nordirland gewann den Preis für innovatives Ladendesign. Die EH-Organisation zeichnete sich bei der Ladengestaltung in verschiedenen Formaten aus. Darunter waren der städtische EH mit dem [SPAR-](#)



[Universitätsmarkt bei der Queens University Belfast](#), der SPAR-Supermarkt Mallusk mit seinem Schwerpunkt auf Food-to-Go-Lösungen und der EUROSPAR-Supermarkt Downpatrick mit verbesserter betrieblicher Effizienz und Kundenerfahrung durch den Einsatz von Technologien.

Der schottische SPAR-Großhändler CJ Lang & Son Ltd. erhielt die Auszeichnung für IT-Exzellenz im EH für die Integration von digitalen Regaletiketten, Ladendisplays und Preiskommunikation, Maßnahmen, die sowohl das Kundenerlebnis als auch die Geschäftsabläufe verbessern.

Präsentation der SPAR Gran Canaria

Die Konferenz ermöglichte es der SPAR Gran Canaria, ihre Aktivitäten den SPAR-Delegierten aus aller Welt vorzustellen. Gegründet 1986, hat SPAR Gran Canaria nun 196 SPAR-Marktenmärkte in allen 21 Gemeinden Gran Canarias und beschäftigt über 3.500 Mitarbeitende. SPAR Gran Canaria's Fokus auf Obst und Gemüse hat den Einzelhändler zum Marktführer in dieser Kategorie gemacht, untermauert durch [langjährige Partnerschaften](#) mit lokalen Landwirten und Lieferanten auf der ganzen Insel.

Die Konferenz umfasste Besuche in den besten SPAR-Geschäften auf Gran Canaria. Die Delegierten waren beeindruckt von den Innovationen [im preisgekrönten SPAR-Supermarkt Puerto Rico](#). Die Erkenntnisse aus

diesem Markt wurden im kürzlich eröffneten SPAR-Supermarkt Anfi aufgegriffen, der sich ebenfalls an einen hauptsächlich touristischen Kundenstamm richtet. Der SPAR Express in Maspalomas ist bei Strandbesuchern beliebt und das Produktangebot spiegelt diesen Kundenfokus wider, einschließlich eines von SPAR Gran Canarias Interessenvertretern angebotenen Island Made Eis.

Investitionen in den modernen Einzelhandel gehen mit Investitionen in die Logistik einher, wie der Besuch der Hauptgeschäftsstelle der SPAR Gran Canaria und des Hauptvertriebszentrums zeigt. Auf einer Fläche von 21.000m² nimmt das Vertriebszentrum jährlich 189.502 Paletten mit Waren auf. Das Be- und Entladen der Lastwagen erfolgt über 22 Laderampen. Ein 90-köpfiges Team arbeitet in zwei Schichten, um die Waren in Bewegung zu halten, mit einem vertikalen Lager, das die Kapazität erhöht, einer Automatisierung, die die Waren innerhalb des Zentrums bewegt, und einer Voice-Picking-Technologie, die vom Team zur Vorbereitung der Bestellungen verwendet wird.

SPAR Gran Canaria ist in das Gefüge der Insel eingebettet, bietet eine Fülle von Beschäftigungsmöglichkeiten in verschiedenen Bereichen und fördert durch das Angebot von Schulungen und persönlicher Entwicklung das Wachstum der Mitarbeitenden innerhalb des Unternehmens.



Weitere Informationen zu diesen und anderen Berichten finden Sie im [Pressroom](#) auf der [Website von SPAR International](#) oder in der [SPAR Handbook App](#).

NEUIGKEITEN DER WELTWEITEN SPAR

1 SPAR Australien feiert die Eröffnung eines neuen SPAR-Supermarktes

Ein [neuer, lokal betriebener SPAR-Supermarkt](#) wurde im Newcastle-Vorort Broadmeadow, Australien, eröffnet. Der Supermarkt hat eine Verkaufsfläche von 1.000m² und stellt ein vielfältiges und umfangreiches Lebensmittelsortiment bereit. SPAR Broadmeadow bietet eine einzigartige Mischung aus koreanischer und australischer SPAR-Kultur. Dazu gehören koreanische Food-to-go-Produkte und Artikel des täglichen Bedarfs.

2 SPAR Ungarn investiert in Solarenergie

SPAR Ungarn investierte HUF 80 Mio. (€204.714) in [Photovoltaikanlagen auf dem INTERSPAR-Hypermarkt in Pécs](#) und spart damit auf Jahresbasis den Energieverbrauch eines Monats. Das System nutzt einen Batteriespeicher zur Optimierung des Energieverbrauchs in Spitzenzeiten. 2023 erzeugte der Einzelhändler 779 GJ (216.419 kWh) erneuerbare Energie aus Photovoltaikanlagen, die auf den Dächern von SPAR-Filialen installiert waren.

3 SPAR Südafrikas Initiative für ländliche Zentren

SPAR Südafrika führte 2017 das [SPAR Rural Hub](#) Projekt im Mopani Distrikt in Limpopo ein, um Kleinbauern beim Einstieg in die formale Wertschöpfungskette zu fördern und unterstützt derzeit 11 Bauern mit 137 Mitarbeitenden. Das Modell bietet relevante technische und Lebensmittelsicherheitsschulungen, erleichtert den Zugang zu Finanzmitteln und bietet einen garantierten Markt für geerntete Produkte. Der SPAR Rural Hub wurde mit dem GLOBALG.A.P. Changemaker Award ausgezeichnet und die Bauern erhielten Finanzhilfe vom Kagiso Trust.

4 SPAR Kosovo eröffnet zehnten Supermarkt

SPAR Kosovo feierte mit der [Eröffnung des 10. SPAR-Supermarktes](#) einen wichtigen Meilenstein. Der Supermarkt in Fushe Kosovë bietet Kunden eine große Auswahl an Lebensmitteln, darunter bis zu 1.000 SPAR-Eigenmarkenprodukte. Der Markt hat eine Fläche von 561m² und bietet 20 Mitarbeitenden einen Arbeitsplatz.

5 SPAR Slowenien führt KI-generierte Werbung ein

SPAR Slowenien hat [KI-Technologien integriert, um Werbevideos](#) für digitale Kanäle und Hologramme zu erstellen, die das Kundenbindungsprogramm in den Filialen hervorheben. Der Einzelhändler führte KI-generierte Werbung ein, die rein aus Textbeschreibungen unter Verwendung fortschrittlicher Videoplattformen erstellt wurde. Dies steigert die Produktionseffizienz und reduziert die Kosten.

6 Selbständiger SPAR-Einzelhändler auf den Seychellen investiert in Expansion

Ein unabhängig betriebener SPAR-Supermarkt auf Eden Island, Seychellen, [erweiterte seine Verkaufsfläche](#) um fast 200m² auf insgesamt 1.180m². Der Markt bietet nun eine größere Auswahl an Frisch- und Backwaren, hochwertigem Fleisch und Meeresfrüchten sowie ein Café, das Mahlzeiten und Erfrischungen serviert, einschließlich einer Bar, die sich abends in eine Cocktailbar verwandelt. Die Modernisierung umfasst digitale Preisgestaltung und die Einführung neuer Abteilungen.



1. SPAR Australien feiert die Eröffnung eines neuen SPAR-Supermarktes



4. SPAR Kosovo eröffnet zehnten Supermarkt



2. SPAR Ungarn investiert in Solarenergie



5. SPAR Slowenien führt KI-generierte Werbung ein



3. SPAR Südafrikas Initiative für ländliche Zentren



6. Selbständiger SPAR-Einzelhändler auf den Seychellen investiert in Expansion

SPAR DOSENFRÜCHTE

Praktisch für zu Hause.



**ENTDECKEN SIE DIE SPAR
DOSENFRÜCHTE, DIE IN ZWEI
VARIANTEN ERHÄLTICH SIND:**

1. SPAR Fruchtcocktail, eine leckere Mischung aus fünf handverlesenen Früchten: Pfirsiche, Birnen, Ananas, Trauben und Kirschen.

2. SPAR Pfirsichscheiben, die sorgfältig geschnitten und in Sirup eingelegt sind.

Beide Varianten bieten vielseitige Möglichkeiten – perfekt für Desserts, Salate oder als erfrischende Leckerei direkt aus der Dose.

SELECTED
AT PEAK
RIPENESS



FÜR WEITERE INFORMATIONEN WENDEN SIE SICH BITTE AN:
EINKAUFABTEILUNG DER SPAR INTERNATIONAL, AMSTERDAM, PRODUCT@SPAR-INTERNATIONAL.COM