



Billa forciert den Online-Handel
 Foodora liefert in großen Teilen Wiens
 jetzt 6000 Billa-Artikel bis 22 Uhr
 zu Supermarktpreisen.

SEITE 4



Innovationen der Eigenmarken
 Markus Kaser, stellv. Spar-Vorsitzender,
 lud zum Foodsalon im Zeichen
 von Longevity.

SEITE 7

MARKEN UND MÄRKTE

BEILAGE IM **KURIER**

ENTGELTLICHE BEILAGE

DONNERSTAG, 23. APRIL 2026

Lange jung und gesund bleiben

Longevity. Gesunde Ernährung, regelmäßige Bewegung, guter Schlaf und wenig Stress sind die Zauberworte

Beilage
 zum
 Entnehmen



KOSTIKOVA/ISTOCKPHOTO

Einkaufen ohne Öffnungszeiten

6.000 Produkte, 60 Minuten. So verändert Billa mit foodora den Einkauf.

Offenbar will Billa den Onlinehandel in Wien doch nicht Gurkerl und Alfies überlassen. Denn nach der Schließung des Online-Shops, die von vielen Konsumenten bedauert wurde, gibt es jetzt eine neuen Meilenstein.

Die Zusammenarbeit zwischen Billa und foodora geht in die nächste Runde – und bringt für Konsument:innen vor allem eines: mehr Komfort im Alltag. In Wien können Lebensmittel jetzt so einfach wie ein Restaurantgericht bestellt werden – direkt über die foodora-App, zu Supermarktpreisen und mit Lieferung bis an die Haustür.

Herzstück der erweiterten Kooperation ist ein eigener Billa-Delivery-Store, der exklusiv für foodora betrieben wird. Das bedeutet: keine klassischen Filialwege, sondern ein eigens abgestimmtes System für schnelle Online-Bestellungen. Über die foodora-App steht ein Sortiment von rund 6.000 Artikeln zur Verfügung – vom frischen Gebäck über Obst und Gemüse bis hin zu Getränken und Haushaltsprodukten.

Supermarktpreise

Für Konsument:innen besonders attraktiv: Die Preise entsprechen jenen im stationären



Igor Milojkovic (Leiter Vertrieb Billa) und Dragan Milovanovic (Generalmanager Quick Commerce foodora Österreich) freuen sich über den Start des ersten gemeinsamen Delivery-Stores in Wien.

ren Supermarkt. Damit fällt ein wesentliches Argument gegen Online-Lebensmitteleinkäufe weg. Gleichzeitig sorgt die Lieferung innerhalb von etwa 60 Minuten dafür,

dass spontane Einkäufe oder vergessene Besorgungen rasch erledigt sind – ohne Schleppe und ohne Zeitverlust. Ein weiterer Pluspunkt

liegt in den erweiterten Lieferzeiten. Geliefert wird von Montag bis Samstag bis 22 Uhr – allerdings mit einer Einschränkung: In den Wiener Bezirken 21 und 22 ist

eine Zustellung derzeit nicht bis 22 Uhr möglich. Gerade für Berufstätige oder Familien eröffnet das neue Service dennoch neue Spielräume: Der Wocheneinkauf lässt

sich flexibel in den Abend verlagern oder bequem vom Sofa aus erledigen.

Die ersten Erfahrungen zeigen bereits ein klares Bild: Besonders gefragt ist das Angebot am Samstag, während unter der Woche vor allem die Abendstunden boomen. Das bestätigt, was viele im Alltag spüren – der Wunsch nach flexiblen Einkaufsmöglichkeiten wächst. Interessant ist auch das Modell hinter der Kooperation: Während Billa Sortiment und Infrastruktur bereitstellt, übernimmt foodora die Zusammenstellung der Bestellung und die Zustellung. Diese enge Verzahnung gilt als neu für Österreich und könnte richtungsweisend für den Handel der Zukunft sein.

Ausweitung möglich

Und es bleibt nicht bei Wien: Sollte sich das Modell weiter bewähren, ist eine Ausweitung auf weitere Standorte bereits angedacht. Damit könnte sich der Service mittelfristig auch über die Bundeshauptstadt hinaus etablieren. Unterm Strich entsteht ein Angebot, das sich an ganz unterschiedliche Bedürfnisse richtet – vom schnellen Einkauf für den Singlehaushalt bis zum kompletten Wocheneinkauf für Familien – zu Preisen wie im Supermarkt.

Vereinsoffensive geht in Verlängerung

Lose sammeln. Zum vierten Mal kann man mit dem Einkauf bei Billa seinen Lieblingsverein unterstützen.

Der Wocheneinkauf kann ab sofort mehr bewirken als nur den Kühlschrank zu füllen: Mit einer österreichweiten Aktion macht Billa es möglich, ganz nebenbei den eigenen Sportverein zu unterstützen. Unter dem Motto „I leb“ für mein Verein!“ startet die Initiative in die vierte Runde – und bringt frischen Schwung in den heimischen Amateursport.

Das Prinzip ist einfach: Für je 15 Euro Einkaufswert gibt es ein Los. Dieses kann man online auf billa.at/meinverein dem eigenen Verein zuordnen oder im Verein abgeben. Viele Vereine rufen dieser Tage ihre Mitglieder dazu aktiv auf. Auf alle an der Aktion teilnehmenden Sportvereine warten über 100 Gratisprämien – davon sind mehr als die Hälfte tolle Neuheiten, wie Indoor-Slackrack, Kinder-Kletterwand oder Functional Rack.

Fotoshooting

Erstmals können Lose auch gegen ein Fotoshooting für den Verein oder einen Erste-Hilfe-Kurs eingetauscht werden. Darüber hinaus können einige Prämien bereits ab 85 Lose bestellt werden.

Kai Pataky und Michael Paterno im Namen des Billa Vorstands: „Ob kleiner Dorfverein oder großer Stadtklub – Sportvereine sind das Herz jeder Gemeinschaft. Sie ver-



(v.l.n.r.) Kai Pataky (Billa-Vorstand), Hans Niessi (Sport-Austria Präsident), Maskottchen Ferdl, Barbara Schlenkert (Billa Gruppenleiterin Customer Relationship Management) und Michael Paterno (Billa-Vorstand)

binden Menschen, stärken Körper und Geist und schaffen ein Gefühl von Zugehörigkeit. Mit unserer Billa-Aktion geben wir jedem Verein

in ganz Österreich – unabhängig von Größe oder Mitgliederzahl – die Möglichkeit, weiter zu wachsen.“ Für Kund:innen ohne

Liebingsverein gibt es die Möglichkeit, die gesammelten Lose an „Ferdls Vereinskassa“ auf billa.at/meinverein abzugeben. Diese wird

am Ende der Aktion verlost und unter 30 Vereinen aufgeteilt.

Wie auch im vergangenen Jahr wurden in Zusam-

menarbeit mit dem Österreichischen Behindertensportverband (ÖBSV) einige Sportartikel ausgewählt, die besonders gut für den Behindertensport geeignet sind – u. a. Dunkelbrillen und Floorballschläger-Sets.

Spiele und Umfragen

Zusätzliche Anreize bieten spielerische Challenges: Sowohl Vereine als auch Kundinnen und Kunden können online Aufgaben lösen oder an Umfragen teilnehmen und so weitere Lose sammeln. Nebenbei winken Preise wie Einkaufsgutscheine oder sogar eine Kreuzfahrt. Jeder in Österreich eingetragene Amateursportverein, unabhängig der Vereinsgröße oder Mitgliederzahl, ist berechtigt, an der Billa-Aktion teilzunehmen. Dafür ist eine unkomplizierte Vereinsregistrierung auf billa.at/meinverein erforderlich. Eine erneute Registrierung ist notwendig, auch wenn der Verein bereits im Vorjahr teilgenommen hat.

Unkompliziert

Die Aktion läuft noch bis 23. Mai 2026. Die Teilnahme ist unkompliziert, die Wirkung dafür umso größer: Ein Einkauf, der doppelt zählt – für den eigenen Alltag und für das Vereinsleben in Österreich. In manchen Vereinen wird aus dem Lose-Sammeln ein richtiger Wettbewerb.



BILLA setzt seit Jahren gezielt Maßnahmen, um ökologische Verantwortung, gesellschaftliches Engagement und wirtschaftliches Handeln miteinander zu verbinden.

Nachhaltigkeit bei BILLA: Verantwortung, die wirkt

Umweltbewusstsein. Von Biodiversität über Lebensmittelrettung bis hin zu sozialer Verantwortung – wie BILLA Nachhaltigkeit über alle Unternehmensbereiche hinweg aktiv gestaltet

Nachhaltigkeit ist bei BILLA kein Trend, sondern gelebte Praxis. Seit vielen Jahren setzt das Unternehmen gezielt Maßnahmen, um ökologische Verantwortung, gesellschaftliches Engagement und wirtschaftliches Handeln miteinander zu verbinden – und leistet damit einen aktiven Beitrag für eine lebenswerte Zukunft in Österreich.

Natur und Biodiversität

Ein zentrales Element der Nachhaltigkeitsstrategie ist die 2015 gemeinsam mit BirdLife Österreich gegründete Stiftung „Blühendes Österreich“. Ziel ist es, die Artenvielfalt zu schützen und wertvolle Lebensräume langfristig zu sichern. Gemeinsam mit rund 300 Partnerorganisationen konnten bereits mehr als 1.600 Hektar naturschutzfachlich wertvolle Biotope renaturiert oder aufgewertet werden – von Mooren über Auwälder bis hin zu Streuobstwiesen.

3 ausgewählte Schwerpunkte und Projekte

1 Pfandspenden-Initiative „Dein Pfand fürs Land“
Seit April 2025 laufende Spendenkampagne zur Unterstützung von Naturschutzprojekten von Blühendes Österreich. So startete der Regionalentwicklungsverein Leiser Berge mit Unterstützung von Blühendes Österreich ein österreichweites Vorzeigeprojekt. 250 Hektar wertvoller Trockenrasen sowie Feuchtwiesen im östlichen Weinviertel werden langfristig durch naturschutzfachliche Beweidung erhalten. Tux-Zillertaler Rinder, Waldschafe und Konikpferde übernehmen die Pflege der Trockenrasen. Wasserbüffel sorgen künftig für die Erhaltung der seltenen Feuchtwiesen im Weinviertel. Blühendes



Blühendes Österreich: Mit Pfandspenden wird u.a. wertvoller Trockenrasen erhalten.

Österreich investiert 394.000 Euro in die Umsetzung. Finanziert wurde bereits die Konzeptionsphase, unterstützt wurde der Ankauf der ersten fünf Wasserbüffel, die vom Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel erworben wurden und nun im Weinviertel ihre Arbeit für die Biodiversität aufnehmen. Die BILLA Kund:innen ermöglichen den Aufbau eines neuen landwirtschaftlichen Betriebs in der Region Weinviertel, inklusive Beweidungsinfrastruktur und Personal. Das Gesamtvolumen des Projekts beläuft sich auf 2 Mio. Euro. „Dieses Projekt spielt eine zentrale Rolle für den Erhalt der Artenvielfalt im östlichen Weinviertel. Die naturschutzgerechte Beweidung schafft und erhält wertvolle Lebensräume, die zahlreichen bedrohten Tier- und Pflanzenarten eine Heimat bieten. Wir sind sehr dankbar für die Unterstützung der Billa Kund:innen. Ohne ihr Engagement wäre dieses Vorhaben so nicht möglich“, erklärt Alexander Ernst, Geschäftsführer des Regionalentwicklungsvereins Leiser Berge.

Derzeit laufen rund 100 Projekte mit einer Gesamtfläche von etwa 460 Hektar, die aktiv zur Stärkung der Biodiversität in Österreich beitragen.

2 Projekt WIN #Landwirtschaft
Mit WIN #Landwirtschaft (Werkstatt Innovation Natur) treibt Blühendes Österreich gemeinsam mit dem BMLUK und den Projektpartner:innen BirdLife Österreich und

Impact Hub Vienna innovative Kooperationen für mehr Biodiversität in der Landwirtschaft voran. Das Projekt läuft von 2025 bis 2028 und hat ein Gesamtvolumen von rund 1,6 Millionen Euro, wovon 1 Million Euro von Blühendes Österreich getragen wird. Finanziert werden Bäuerinnen, Bauern und landwirtschaftliche Organisationen, die aktiv Naturschutz in der Landwirtschaft umsetzen.



Marke „Wunderlinge“ gibt Obst und Gemüse eine 2. Chance.

3 Blühende Gemeinden #unserblumenwiese
Gemeinsam mit dem Österreichischen Gemeindebund unterstützt Blühendes Österreich 20 Gemeinden dabei, auf über 25 Hektar artenreiche Blühflächen und wertvolle Lebensräume für seltene und gefährdete Arten wie den Goldenen Scheckenfalter, die Bekasine oder die Wildkatze zu entwickeln. Dafür stellen wir insgesamt 250.000 Euro bereit.

Übrigens: Für Klimawandelanpassung und Artenschutz im Lebensmitteleinzelhandel hat BILLA 2026 den „ClicA“ – Österreichischen Staatspreis für Klimawandelanpassung erhalten.

Lebensmittel retten

Billa setzt aktiv Maßnahmen zur Lebensmittelrettung. Bereits seit 2013 geben wir gemeinsam mit Kund:innen Obst und Gemüse mit kleinen Schönheitsfehlern eine zweite Chance – unter der Eigenmarke Wunderlinge. Egal ob zu klein, zu groß, zu bunt oder zu krumm – bei uns kommen je nach Saison diverse Obst- und Gemüsesorten trotz ihres manchmal eigenwilligen Aussehens, aber in bester Qualität, zu attraktiven Preisen in die Regale. Die Wunderlinge-Produktvielfalt ist bunt: u.a. Erdäpfel, Zwiebel, Gurken, Karotten, Paprika, Apfel, Kirschen aus Österreich, aber auch Granatäpfel oder andere exotische Früchte. Gemeinsam mit unseren Kund:innen setzen wir uns so aktiv gegen die Lebensmittelverschwendung ein.

Die Zukunft gestalten

Für BILLA ist Nachhaltigkeit kein Trend, sondern gelebte Praxis. So hat BILLA mit der Bio-Marke Ja!Natürlich hohe Standards gesetzt und die Bio-Entwicklung in Österreich in den vergangenen drei Dekaden mitgestaltet. Mit der Entscheidung, Frischfleisch zu 100 Prozent aus Österreich anzubieten, hat BILLA seit 2020 ein Alleinstellungsmerkmal im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel. Tierwohl ist bei BILLA keine Nische mehr und hat im Frischfleischsegment einen Anteil von mehr als 50 Prozent am Verkaufsumsatz erreicht. Gemeinsam mit Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partner:innen setzt BILLA auch weiterhin konsequente Maßnahmen für ein ökologisch nachhaltiges Wirtschaften.

Pestizide reduzieren

Auch in der Produktion setzt BILLA konsequent auf nachhaltige Standards. Bereits seit 2002 arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit GLOBAL 2000 im Rahmen eines eigenen Pestizidreduktionsprogramms daran, den Einsatz

Langes und gesundes Leben ist den Österreichern etwas wert

Veränderung. Handelsverbandumfrage bringt zum Teil erstaunliche Bereitschaften zum Vorschein.



Bewusstere Ernährung, weniger Alkohol und besserer Schlaf sind Grundvoraussetzungen.

Longevity stellt den Handel vor neue Herausforderungen und bietet neue Chancen. Deshalb hat der Handelsverband mit Republika Research 2025 eine Konsumentenbefragung durchgeführt, die Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will beeindruckt hat: „81 % der Bevölkerung geben an, dass ihnen ein gesundes und aktives Altern wichtig ist.“

Gezielte Ausgaben

Auch die Investitionsbereitschaft ist in hohem Maße vorhanden. Beeindruckende 89 % der Befragten geben Geld dafür aus, um ihre langfristige Gesundheit und Lebensqualität zu fördern. 51 % der Befragten investieren bewusst Geld in entsprechende Ernährung (z.B. Bio, Nahrungsergänzungsmittel, funktionelle Lebensmittel). Daneben investieren:

- 51 % in Bewegung und Fitness,
- 48 % in Erholung und gesunden Schlaf,
- 42 % in medizinische Vorsorge und
- 34 % in ein gesundes Wohnumfeld.

Gesundheit boomt

Zusätzlich geben 11 % der Befragten bewusst Geld für Anti-Aging-Produkte im Drogeriemarkt aus, 9 % für ästhetische oder medizinische Behandlungen, 8 % für Anti-Aging-Produkte aus der Apotheke. Immerhin 29 % nutzen außerdem regelmäßig Wellness- oder Gesundheitseinrichtungen, 22 % haben Fitness- oder Gesundheits-Apps auf ihrem Smartphone installiert, 19 % eine Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio. Gesundheits- oder Bewegungskurse (z.B. Yoga) nutzen 17 %, und 15 % verwenden Biohacking-Gadgets, also Geräte,

die verwendet werden, um den eigenen Körper und/oder Geist zu optimieren (Smart Watch, Schlafracker, etc.).

Dementsprechend unterliegt auch das Einkaufsverhalten einem raschen Wandel. Fast jeder Zweite (45 %) sagt, sein/ihr Konsum sei in den letzten ein bis drei Jahren insgesamt bewusster geworden. 42 % meiden grundsätzlich Produkte, die als gesundheitsschädlich gelten (z. B. Fastfood, stark verarbeitete Lebensmittel), 38 % achten beim Einkauf stärker auf gesunde Inhaltsstoffe. 18 % zeigen sich dabei auch bereit, für gesundheitsfördernde Produkte mehr Geld auszugeben.

Diese Ergebnisse sind angesichts der Klagen über die Teuerung der Lebensmittel doch erstaunlich, zeigen aber, dass der Fokus der Konsumenten sehr stark auf den Themen Gesundheit und Wellness liegt.

Verhaltensänderungen für ein gesünderes Leben

Haben Sie in den letzten 1–3 Jahren Verhaltensänderungen in Ihrem Alltag vorgenommen, um gesünder zu leben? Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Ich reduziere / verzichte auf Zucker	40,3
Ich achte bewusster auf Erholung	37,2
Ich achte bewusster auf gesunden Schlaf	34,2
Ich esse weniger Fleisch / Wurstwaren	33,6
Ich treibe mehr Sport als früher	32,4
Ich trinke weniger Alkohol	24,1
Ich trinke gar keinen Alkohol	21,0
Ich habe mit dem Rauchen aufgehört	13,4
Ich reduziere / verzichte auf Weizen (Gluten)	10,9
Ich lebe vegetarisch	4,5
Ich lebe vegan	1,8
Sonstiges	1,4
Keine Änderungen	14,9

Wünsche und Erwartungen an den Einzelhandel

In welchen Einzelhandelsbereichen würden Sie sich zukünftig mehr Angebote rund um Longevity wünschen? Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Supermärkte / Lebensmittelhandel	48,1
Drogerien	27,5
Apotheken	21,9
Fitness- / Sportfachhandel	14,8
Möbel / Wohnen / Schlaf	12,9
Mode / Bekleidung (z. B. Komfort, Funktionalität)	12,2
Elektronik / Wearables / Smart Health	10,6
Andere	0,5
Keine weiteren Longevity-Angebote gewünscht	34,7

Was wünschen Sie sich vom Einzelhandel im Zusammenhang mit dem Thema Longevity? Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Mehr transparente Info zu Inhaltsstoffen / Wirkungen	41,3
Nachhaltige Verpackungen und Produktion	34,5
Breiteres Sortiment an Longevity-Produkten	29,1
Bessere Beratung zu gesundheitsfördernden Produkten	27,4
Kooperationen mit Gesundheitsdienstleistern	22,9
Veranstaltungen / Aufklärung vor Ort	16,4
Sonstiges	0,6
Gar keine Wünsche in diesem Zusammenhang	26,9

Grafik: CBI | Quelle: republika, 1.008 Befragte

Aktuell in den Märkten

Vom Fitnessstudio ins Kühlregal

Berger High-Protein Sport-Schinken mit Magnesium

Eiweiß ist das neue Must-have auf dem Teller: Mit dem High-Protein Sport-Schinken bringt Berger Schinken den Trend genussvoll ins SB-Regal heimischer Supermärkte. Der fein geschnittene Schinken aus heimischem Schweinefleisch ist fettarm, eiweißreich und überzeugt mit vollem Geschmack.

Ob nach dem Training, als schneller Snack oder leichte Mahlzeit – er passt ideal in einen aktiven Alltag. Die Kombination aus hochwertigem Eiweiß und Magnesium unterstützt Muskeln und Wohlbefinden.

So verbindet Berger bewusste Ernährung mit bewährter Schinkenqualität – alltagstauglich und richtig gut.

www.berger-schinken.at



Endlich besser einschlafen

Mit Kneipp Melatonin intensiv 3,0 mg

Wer abends schwer zur Ruhe kommt, findet jetzt eine kleine, aber wirkungsvolle Unterstützung: die hochdosierten „Kneipp Melatonin intensiv“ Mini-Kapseln mit langanhaltender Melatonin-Versorgung. Das Prinzip dahinter: 3,0 mg Melatonin verteilen sich über die Nacht – 1 mg steht sofort zur Verfügung, 2 mg werden über bis zu 7 Stunden langsam freigesetzt; hinzu kommt Melissenblätter-Extrakt. Die in Europa heimische Melisse ist seit Jahrhunderten fester Bestandteil einer bewussten Ernährung und wird heute im Rahmen einer gesunden Lebensweise geschätzt. 30 Mini-Kapseln, vegan sowie gluten- und laktosefrei



Ein Blick auf das umfangreiche Obst- und Gemüseregal verdeutlicht: In einem Spar-Supermarkt gibt es alles, was man für Longevity benötigt.

Bei Spar stehen Sortiment und faire Preise im Fokus

Foodsalon. Wie Eigenmarken, Transparenz und ein klares Bekenntnis gegen Shrinkflation den Unterschied machen.

Wenn es um Longevity geht, dann ist Spar ein echter Vorreiter. Denn schon 2017 hat das Handelsunternehmen mit Zuckerreduktion begonnen, 2019 die „Zucker-raus-Initiative“ gestartet, seit 2023 ist man aspartamfrei und mittlerweile rund 1.000 Artikel sind unter „einfach ohne“. Auch Bei Spar free from baut man Kompetenz seit 2009 aus – als erster Lizenznehmer des internationalen Glutenfrei-Symbols, heute mit 52 glutenfrei zertifizierten Artikeln bzw. rund 70 insgesamt (inklusive laktosefrei) und deutlichem Umsatzwachstum von 12,9% im Jahr 2025.

„Wir blicken auf ein starkes Jahr zurück und setzen unseren Wachstumskurs in Österreich fort“, sagt Markus Kaser, stellvertretender Spar-Vorstandsvorsitzender beim Foodsalon im Wiener Filmquartier. Die Erfolgsfaktoren sind Investitionen in Sortiment und Digitalisierung, ein konsequenter Fokus auf Transparenz, unter anderem über die neue Spar-Produktwelt sowie die Weiterentwicklung der Spar-Marken entlang relevanter Konsumententrends wie pflanzenbasierte und proteinreiche Ernährung sowie Longevity. In einem Spar-Supermarkt gibt „es alles, was man für Longevity benötigt“, sagt Kaser ganz besonders im Hinblick auf das Obst- und Gemüseregal sowie das wachsende Angebot im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel.

Starke Eigenmarken

Im Zentrum der Sortimentsentwicklung stehen bei Spar die Eigenmarken: Über 10.000 SPAR-Markenprodukte (davon rund 6.800 Food) sorgen für Auswahl in unterschiedlichen Preis- und Qualitätsegmenten. Allein im österreichischen Foodbereich erreichten sie zuletzt 4,3 Mrd. Euro Umsatz, das entspricht einem Umsatzanteil von 45%. Zu den stärksten Marken zählen S-Budget (fast 1.100 Produkte; erstmals 1 Mrd. Euro Umsatz), Spar Natur*pur



Zwei erfolgreiche SPAR-Marken: S-Budget und free from.

(über 1.300 Produkte, 30 Jahre am Markt) sowie Spar Vital inklusive Spar Vital Pure mit rund 40 Nahrungsergänzungsmitteln und einem Umsatzplus von 15%.



Markus Kaser, stellv. Spar-Vorstandsvorsitzender.

zenten hergestellt. Die Zusammenarbeit reicht von etwa 400 regionalen Bäckern bis zu rund 370 Landwirten im Obst- und Gemüsebereich. Ergänzt wird das Angebot durch neue Produkte und Partnerschaften – vom Skyr-Drink mit regionalen Molkereien bis zu Premium-Programmen, etwa im Frischfisch-Sortiment. Spar sorgt auch dafür, dass österreichische Eigenmarkenprodukte im Ausland verkauft werden können. So werden zum Beispiel 150 Molkereiprodukte, darunter die Spar Kaffeemilch, produziert von der Ennstal Milch oder der Spar Natur*pur Bio-Skyr hergestellt von der Molkerei Seifried, auch in Italien, Kroatien, Ungarn oder Slowenien bei Spar verkauft. Mit „Young & Urban“ unterstützt Spar zudem seit 2018 Start-ups und zukünftige Trendmarken beim Markteintritt.

Preispolitik

Natürlich darf bei einem Event wie dem Foodsalon die Preisdebatte nicht fehlen. „Lebensmittel machen im Schnitt 11,6% der Ausgaben aus – deutlich stärker schlagen oft Wohnen, Energie und Verkehr zu Buche“, sagt Kaser. Spar ist sich aber des Kostendrucks der Kunden bewusst und hat die Preis- und Aktionspolitik dahingehend



ausgerichtet. 2025 wurden die Preise bei hunderten Produkten gesenkt, begleitet von etablierten Aktionen wie Joker, Rabattmarkerl oder 25%-Wochenendaktionen – mit dem Ziel, Entscheidungen für Kunden nachvollziehbar und transparent zu machen. Einen wesentlichen Beitrag leistet hier die Spar-Produktwelt. Damit kann man online Produkte recherchieren, Informationen wie Inhaltsstoffe einsehen sowie Preise und Verfügbarkeiten prüfen.

Besonders präsent in der Debatte ist das Thema Shrinkflation – also wenn Packungsgrößen schrumpfen, während der Preis gleich bleibt oder steigt. Spar bezieht dazu klar Position: „Für Spar-Marken gilt ein Shrinkflationverbot“, so Markus Kaser. Er hält sie „gegenüber den Konsumenten für unfair.“ Bei Industriemarken arbeitet Spar aktiv daran, Shrinkflation zu verhindern und kündigt, wenn nötig, auch Auslistungen an.

Bei den eigenen Marken geht Spar sogar den konträren Weg: Man erhöht bei einigen Produkten wie zum Beispiel Spar Premium Mousse au Chocolat und Spar Natur Bergbauernbiojoghurt die Füllmenge, lässt den Preis aber gleich. Das ist doch mal eine gute Nachricht und mit Sicherheit sinnvoller als das Anti-Mogelpackung-Gesetz.



Spar punktet mit starken Milch-Alternativen.



Made in Austria first gilt bei den Spar-Eigenmarken.



KNOLL (V)ERMITTELT

DER PODCAST
BY SPAR

Im **Knoll(v)ermittelt**-Podcast by SPAR trifft Andi Knoll in intimen one-to-one-Gesprächen auf spannende Gäste und spricht über Themen, die uns **alle** bewegen: Nachhaltigkeit, Lebensmittel, Ernährung und Lifestyle – persönlich, authentisch und **alltagsnah**.



Der Podcast lädt dazu ein, zuzuhören, mitzudenken und sich selbst zu befragen: Was essen wir – und warum? Was habe ich gelernt und möchte anderen weitergeben? Welche Verantwortung trage ich für meinen Körper und welche für den Planeten? **Andi Knoll**

Andi Knoll
spricht
unter anderem
mit:

Haya Malcho

Mirjam Weichselbraun

Paul Pizzero

Jetzt wöchentlich auf Spotify, Apple Podcasts und YouTube anhören und streamen!

