



Nestlé Good food, Good life



SAJTÓKÖZLEMÉNY

2026. 10. 19.

72 ezer kilométer 12 hét alatt: 32-szer futották körbe Magyarországot a Nestlé és a SPAR kampányának résztvevői

A futás az egyik legnépszerűbb mozgásforma Magyarországon, és ezt a számok is igazolják. A Nestlé és a SPAR 12 hetes Fussunk neki együtt! kampányához csatlakozók 12 hét alatt több mint 72 ezer kilométert futottak a 41. SPAR Budapest Maraton® Fesztiválra történő felkészülés során. A résztvevők profi edzéstervvel és szakértői táplálkozási tanácsokkal felvértezve indultak neki, hogy egyéni mozgáscéljaikat teljesíteni tudják.

A Nestlé és a SPAR idei reprezentatív kutatása¹ szerint a 18-65 éves magyar lakosság 57 százaléka végez valamilyen sportot (heti rendszerességgel 48%), testmozgást tudatosan. A gyaloglás, a kerékpározás és az otthoni edzés mellett a futás az egyik legnépszerűbb választás, főleg a 18-39 évesek körében. Az aktívabbak között még erősebb a vonzereje: a legalább heti háromszor mozgók közül minden harmadik fut. A titok a mozgásforma egyszerűségében rejlik. Tíz válaszadóból hat-hét szerint a futás szinte bárhol végezhető, és majdnem ugyanennyien mondják, hogy könnyen beilleszthető a napirendbe. Nem kell hozzá terem, bérlet vagy időpont, csak egy pár jó futócipő.

Tizenkét hét, tizenkét futóklub

A kutatásból az is kiderült, hogy tíz magyarból négy a barátokat és a közösséget tartja a sport egyik legfontosabb hajtóerejének, és ezt a kampány alatt is megtapasztalhattuk: országszerte 12 futóklub vett részt a kezdeményezésben, tagjaik pedig lelkesen vettek részt a klubok kampánynak dedikált eseményein, megismerve és elsajátítva a Nestlé és a SPAR közös kiadványában leírt táplálkozási és edzés tippeket. Az edzésterv és a dietetikus tanácsok mellett Góg Anikó futóedző videókkal is segített a felkészülésben.

450 ezer perc futás, 41 évnyi edzés

A kampány leglátványosabb eleme a Strava-kihívás volt. A cél az volt, hogy a résztvevők együtt minél többször „körbefussák” Magyarországot, vagyis teljesítsék a közel 2246 kilométeres távot. A 12 hét végére ez több mint harminckétszer sikerült: 544 futó, 7306 aktivitásból 72 384 ezer kilométert gyűjtött össze. Időben ez közel 450 ezer perc futást jelent. Nyolcórás munkanapokkal számolva ez csaknem négy évnyi munkaidő. Ennyi idő alatt ötezer hosszabbítás nélküli focimeccset lehetne végignézni, és ha mindezt egyetlen ember futotta volna le napi fél óra mozgással, az 41 évig tartott volna.

A legszorgalmasabb résztvevő egymaga több mint 950 kilométert teljesített a kampány alatt. Ehhez 64 futás alatt alkalmanként átlagosan kb. 15 kilométert kellett teljesíteni.

¹ Mozgás, Étkezés 2026 – a Nestlé Hungária megbízásából készített, 1000 fős, 18–65 éves magyar internetezőkre reprezentatív online felmérés, 2026. február



Good food, Good life



Edzés a tányéron is

A kitartó edzésekhöz kiegyensúlyozott étrendre is szükség van. Az idézett kutatás szerint a magyarok csupán 5 százaléka étkezik valóban egészségesen, 10 százalék egy átlagos napon nem fogyaszt zöldséget, 14 százalékuk pedig gyümölcsöt sem eszik. A többségnek ugyanakkor naponta egy-két alkalommal kerül a tányérjára egyik-másikból. A tudatosabb zöldség- és gyümölcsfogyasztás leginkább a futáshoz, az edzőtermi edzésekhez, valamint a jógahez és pilateshez kapcsolódik.

„Legyen szó 950 kilométer lefutásáról vagy az első 5 kilométeres táv teljesítéséről, a rendszeres mozgás és a megfelelő táplálkozás kéz a kézben jár. A futáshoz energiára és folyadékra van szükség, a fejlődéshez pedig a regenerációt támogató étkezés is hozzátartozik. A versenyre készülők gyorsan megtapasztalják, hogy a kitűzött cél nemcsak az edzésekben, hanem az étkezési szokásokban is tudatosságra ösztönöz. Ezért egészítettük ki a kampány edzésterveit táplálkozási tanácsokkal is” – mondta Fülöp Lili, a Nestlé dietetikusa.

A kitűzött célok pedig hozzák magukkal a sikereket, a versenyfelkészülés ugyanis különösen motivál. Nemzetközi kutatások szerint, akinek van kitűzött versenycélja, az elkötelezettebb, és jobban tartja magát edzés- és életmódcéljaihoz. A Nestlé és a SPAR felmérése szerint a legalább heti háromszor mozgók közül minden harmadik állt már rajthoz futóversenyen.

„A SPAR számára kiemelten fontos az egészségtudatos életmód támogatása, amelyben a rendszeres testmozgás mellett a kiegyensúlyozott táplálkozásnak is meghatározó szerepe van. Nap mint nap arra törekszünk, hogy széles, minőségi és megfizethető élelmiszer-kínálatunkkal ebben segítsük vásárlóink mindennapi döntéseit. A Nestlével közös kezdeményezésünkkel a már aktív futóközösség mellett azokat is szerettük volna megszólítani, akiknek egy kis ösztönzésre vagy gyakorlati segítségre van szükségük az elinduláshoz. A közösség erejét jól mutatja a kampány során lefutott 72 ezer kilométer, és bízunk benne, hogy a kezdeményezés hozzájárult a 41. SPAR Budapest Maraton® Fesztivál iránti kiemelkedő érdeklődéshez is. Hiszünk abban, hogy az egészségesebb életmódhoz vezető út a mindennapi, apró döntésekkel kezdődik, amelyeknél a SPAR megbízható partner kíván lenni” – mondta Maczelka Márk, a SPAR Magyarország kommunikációs vezetője.

A futás iránti növekvő érdeklődést a 41. SPAR Budapest Maraton® Fesztivál idei eredményei is jól mutatják: a kétnapos eseményre több, mint 39 ezer nevezés érkezett, a klasszikus maratoni táv rajtlistáján pedig történelmi rekordot jelentő, több mint 10 ezer futó szerepelt. Különösen inspiráló, hogy 3302-en életükben először teljesítették a 42,2 kilométeres távot. A futás közösségépítő erejét a Nestlé Családi Futás is bizonyította, amelyen közel 500 család, összesen több mint 1300 résztvevő futott együtt.

Bár az idei kampány véget ért, a felkészülést segítő anyagok továbbra is elérhetők. Aki most kedvet kapott, már ma elkezdheti az alapozást, akár azzal a céllal, hogy jövőre ő is rajthoz álljon a maratonton.

A Nestlé és a SPAR közös kiadványa a következő linkeken érhető el:

<https://www.nestle.hu/fussunknekiegyutt>

<https://sparesg.hu/fussunknekiegyutt>



Nestlé Good food, Good life



A Nestlé-ről:

A Nestlé a világ legnagyobb, több mint 150 éves élelmiszeripari vállalata, 189 országban van jelen világszerte.

A Nestlé globális erőforrásainak felhasználásával és a helyi tapasztalataira építve segíti a regeneratív élelmezési rendszerek kialakulását, a természeti erőforrások védelmét, megújítását és helyreállítását, valamint a közösségek megerősödését és felelősségteljes működését. Elkötelezte magát az iránt, hogy 2050-re nettó nullára csökkenti az üvegházhatású gáz kibocsátást a teljes értékláncán, a mezőgazdasági nyersanyagok megtermelésétől a fogyasztóig.

A Nestlé 35 éve van jelen Magyarországon, jelenleg a legnagyobb svájci befektető és munkáltató hazánkban. 1991 óta közel 400 milliárd forint értékben fektetett be itthon, és továbbra is hosszú távú hazai jelenlétet tervez.

A Nestlé Hungária beszállítóinak többsége magyar vállalkozás, amelyek évente összesen 75 milliárd forint értékben adnak el termékeket és szolgáltatásokat a Nestlé globális hálózatának. A Nestlé Hungária Magyarországon forgalmazott márkái: Purina, Nestlé Beba, Maggi, Nesquik, Nescafé, Nescafé Dolce Gusto, Ricoré, Nespresso, Starbucks at Home, Balaton, After Eight, Smarties, KitKat, és a Nestlé reggelizőpelyhek. A vállalat Magyarországon ásványvizet nem értékesít, a Nestlé Aquarel márkával ellátott ásványvizet egy független cég gyártja és forgalmazza.

A vállalat Nutrition üzletága speciális tápanyagigényekre épített táplálásterápiás megoldásokkal is segíti az érintett csoportokat, míg a Nestlé Professional magas minőségű gasztronómiai és italmegoldásokat kínál a HoReCa szektor és közintézmények számára.

A SPAR-ról:

A SPAR Magyarország 1991 óta a magyar gazdaság, a magyar kiskereskedelem lényeges szereplője: hazánk egyik legnagyobb foglalkoztatójaként közel 14 ezer embernek biztosít munkát. A vállalat országszerte több mint 600 üzlettel rendelkezik, melyeket folyamatosan modernizál, hogy megfeleljen a változó vásárlói igényeknek. A SPAR 14 évvel ezelőtt hozta létre franchise rendszerét, amely dinamikusan bővül azóta is. Ma már több mint 300 egység tartozik a hálózat égisze alá, amelyek együtt több mint 4 ezer embert foglalkoztatnak.

A SPAR következetesen kiáll a magyar termelők mellett: az élelmiszer termékterületen 90% feletti arányban dolgozik hazai beszerzési forrásokkal. A vállalat 2021-ben indította el a Régiók Kincsei programot, amely javítja a hazai kistermelők piacra jutási esélyeit, és segíti a fenntarthatóságot a rövid ellátási láncokon keresztül. A kezdeményezés sikeres: 130-nál is több beszállító közel 600 terméke vásárolható meg a program égisze alatt. A részt vevő cégek, kisvállalkozások együttesen több mint 800 főt foglalkoztatnak. A programhoz köthető a SPAR Beszállítói Akadémia, amely a kisvállalkozói körbe tartozó beszállítókat támogatja információkkal és képzésekkel kínál a marketing, a pénzügy, a logisztika, a jog, a minőségbiztosítás és a beszerzés területén, hogy a részt vevő vállalkozások sikeresebbek lehessenek.

A nagy volumenű friss hús- és húskészítmény-értékesítés alapozta meg a saját tulajdonú Regnum húszem létesítését 2004-ben. Az egyre növekvő keresletet látva a vállalat 2020-ban Perbálon bővítette a gyártási kapacitását. A SPAR harmadik - kényelmi termékeket gyártó - üllői üzeme 2018 óta készíti SPAR enjoy. márkánév alatt minőségi étkezést biztosító szendvics- és salátatermékeket, évről évre megújuló és bővülő kínálat keretein belül.

A megalakulása óta eltelt 35 év alatt a SPAR Magyarország kiemelt társadalmi szerepvállalással segít fontos ügyeket, az élelmiszer-adományok gyűjtésétől kezdve az esélyegyenlőségi és szemléletformáló aktivitásokon át a sport-, gasztronómiai és kulturális rendezvények felkarolásáig. Ezt a munkát immár több mint harminc éve stratégiai partnerként a Magyar Máltai Szeretetszolgálat segíti.



Nestlé Good food, Good life



További információ:

Benes Beáta

Mobil: [+3670 363 3497](tel:+36703633497)

E-mail: beata.benes@next9.hu

Maczelka Márk, kommunikációs vezető

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út 1.

Mobil: +36 20 823 7891

E-mail: maczelka.mark@spar.hu