



HISTÓRIA

História firmy Kaufland sa začala písať v roku 1930 v Nemecku, kedy zakladateľ Josef Schwarz spojil svoj veľkoobchod s potravinami s južným ovocím A Lidl & Co. v Heilbronne. Spoločnosť bola premenovaná na Lidl & Schwarz KG a prebudovaná na veľkoobchod s potravinami a iným sortimentom. V roku 1968 bol otvorený prvý maloobchod pod názvom „Handelshof“ v nemeckom meste Backnang.

Prvý veľkoplošný obchodný dom Kaufland pre spotrebiteľov bol otvorený v nemeckom Neckarsulme v roku 1984. Firma časom expandovala do Českej republiky, Slovenska, Chorvátska, Poľska, Rumunska a Bulharska. Na Slovensku Kaufland pôsobí od roku 2000. Prvý obchodný dom bol otvorený 25. novembra 2000 v Poprade. V roku 2003 bolo vybudované distribučné centrum v Ilave so 146 bránami a viac ako 57 000 m² skladovej plochy. V marci 2017 otvoril Kaufland 63. obchodný dom a patrí tak medzi najväčšie obchodné spoločnosti.

INOVÁCIE

Súčasťou novopostavených obchodných domov Kaufland na Slovensku sa od roku 2013 stala inovatívna technológia rekuperácie, ktorá prispieva k významnému šetreniu energie a úspore CO₂. Ide o princíp vykurovania prevádzok odpadovým teplom z chladiacich regálov. Okrem výstavby nových predajní spoločnosť Kaufland pravidelne svoje predajne inovuje a zavádza v nich modernejšie vybavenie a technológie. Dôraz kladie na pozitívne emócie pri nákupoch a na čerstvosť, pretože pre zákazníkov je dobré jedlo a kvalita života veľmi dôležitá. Prehľadnejšie a modernejšie regály, širšie uličky medzi regálmi, moderné obslužné pulty, elektronické etikety či samoobslužné pokladne majú prispieť



a slané pochúťky, cestoviny, konzervy, nápoje, krmivá pre zvieratá, drogéria a kozmetika či potreby pre domácnosť a textilný tovar. Zákazníkmi sú taktiež veľmi obľúbené ďalšie privátne značky. Značka K-Purand, ktorá bola zavedená v roku 2009, ponúka širokú paletu čerstvého mäsa a mäsových špeciálov najvyššej kvality, čerstvosti a vynikajúcej chuti. Exquisit je prémiovou značkou Kauflandu, ktorá sa na pultoch predajni objavila na jeseň roku 2015.

k príjemnému a rýchlemu nakupovaniu. Jedna z inovácií v roku 2017 sa týka aj podpory regionálnych výrobcov a dodávateľov, ktorí produktové portfólio spoločnosti Kaufland spestrujú ešte väčším výberom rýdzeho a poctivého slovenského potravinárskeho remesla. Regionálne výrobky, ktoré je dnes možné nájsť v obchodných domoch Kaufland, sú úspešné. Preto sa spoločnosť rozhodla dať príležitosť novým regionálnym výrobcom.

HODNOTA ZNAČKY

Stredobodom záujmu spoločnosti Kaufland je zákazník. Obrovský výber, čerstvosť, prvotriedna kvalita a výhodné ceny – to všetko nájdú zákazníci v obchodných domoch Kaufland. Silnou stránkou v sortimente spoločnosti sú privátne značky, ktoré sú u spotrebiteľov čoraz viac obľúbené a ich popularita rastie. Potvrzuje to najmä rastúca kvalita za cenu nižšiu, ako je cena značkových produktov. Najznámejšou a najsilnejšou privátnou značkou v Kauflande je K-Classic, o čom svedčí aj získané ocenenie za Najdôveryhodnejšiu značku 2016 v kategórii privátne značky. Značka K-Classic bola na Slovensku zavedená v roku 2010 a dnes sa pod ňou predáva už viac ako 1 500 druhov výrobkov. Sú to mliečne a mrazené výrobky, cukrovinky

Novinka K-Bio je určená pre milovníkov bio kvality. Ide o výrobky, ktoré podliehajú prísny právny predpisom nariadenia ES o ekologických produktoch. So značkou K-take it veggie Kaufland prináša veľký výber chutných vegánskych a vegetariánskych produktov pre priaznivcov alternatívneho stravovania. SWITCH ON je privátna značka pre domáce elektrospotrebiče v kontrolovanej kvalite za výhodné ceny. O tom, že privátne značky Kauflandu sú úspešné, svedčia aj získané víťazstvá v rámci programu Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka 2017 v nasledovných kategóriách: K-Bio šťavy – kategória Ovocné a zeleninové šťavy, K-Classic syry – kategória Syry, K-take it veggie – kategória Špeciálne potraviny. Hodnotu a znalosť značky Kaufland zvyšuje aj televíznou reklamou, ktorú spustil v roku 2015, a úspešne cez televízne kampane komunikuje svoje ciele a silné stránky.

ÚSPECHY A MARCOM

Spoločnosť Kaufland kladie dôraz na neustále podávanie skvelých výkonov, ktorými sa snaží naplno uspokojiť svojich zákazníkov. Nielen zákazníci, ale aj odborníci z národného aj medzinárodného prostredia ocenili našu spoločnosť v rôznych kategóriách. V rámci ocenenia Múza Merkúra získala spoločnosť Kaufland niekoľko umiestnení:

v roku 2011 to bolo 1. miesto v kategórii Umiestňovanie produktov v mieste predaja za Obslužný pult s čerstvými rybami a výrobkami z rýb, v roku 2014 dosiahol Kaufland 3. miesto v kategórii Umiestňovanie produktov v mieste predaja za projekt Od rybárskych sietí k ponožkám, v roku 2015 mu patrilo 3. miesto v kategóriách TOP značka v obchode a Umiestňovanie produktov v mieste predaja za uvedenie značky Exquisit. Úspešný bol aj rok 2016, kedy spoločnosť v rámci kategórie CSR v obchode získala 2. miesto za kreatívnu komunikáciu so zákazníkom formou unikátneho produktového letáku, v ktorom komunikovala výlučne produkty vyrobené s ohľadom na životné prostredie.

V rámci súťaže Múza Merkúra získal Kaufland aj 2. miesto v kategórii TOP značka v obchode za projekt agentúry Respect App – Čo sa stane, keď ľudia nenakupujú v Kauflande. Jednalo sa o sériu TV spotov, ktorého hlavným aktérom bol mladý manželský pár, zachytený doma pri večeri pripravenej z produktov zakúpených v inom reťazci. Tieto TV spoty si vyslúžili aj Bronzový klinček v súťaži Zlatý klinček 2017. Už štvrtýkrát po sebe, v rokoch 2013 až 2016, získal Kaufland ocenenie MasterCard Obchodník roka za najobľúbenejší hypermarket podľa hlasovania verejnosti. Ďalším významným ocenením je prvenstvo v prestížnej ankete Najzamestnávateľ roka 2016 v kategórii Obchod a služby. Tento rok získal Kaufland aj ocenenie najlepších projektov odpadového hospodárstva SR Zlatý mravec 2016 v kategórii Environmentálna výchova za projekt Zelený Kaufland. Unikátny projekt Zelený Kaufland sa od roku 2014 snaží pomocou rôznych aktivít vzdelávať zákazníkov, zamestnancov a širokú verejnosť v oblasti zberu, triedenia, recyklácie a zhodnocovania odpadov. Projekt pozostáva zo štyroch základných línií: Zeleného chodníka, Zelených dní, rekuperácie a zodpovedného nakladania s odpadom.

Projekt Zelený Kaufland bol prvýkrát spustený v roku 2014 v predajni v Novom Meste nad Váhom a počas svojej trojročnej existencie sa rozšíril už do 18 predajní. Výsledkom prieskumu, ktorý realizovala švajčiarska spoločnosť Icertias v roku 2016, je prvenstvo v ocenení Best Buy Award 2015/2016 za najlepší pomer ceny a kvality výrobkov v kategóriách: ovocie a zelenina, obslužný pult s rybami, mäsové výrobky. Rovnaká spoločnosť realizovala aj prieskum v hodnotení najvyššej úrovne kvality potravín, kde Kaufland získal prvenstvo v ocenení Qudal 2016 až v šiestich kategóriách. A v neposlednom rade sa Kaufland môže pochváliť elitným ocenením Slovak Superbrands 2015, 2016 a 2017 za úspešný rozvoj a dynamické vylepšovanie brand image.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Dôležitou súčasťou firemnej kultúry Kauflandu je ekologická a spoločenská zodpovednosť. Už pri tvorbe sortimentu koná ekologicky a zodpovedne. Mnohé z výrobkov pochádzajú z ekologického poľnohospodárstva alebo nesú certifikát medzinárodne uznávaných certifikačných spoločností (napr. MSC, FSC, Fairtrade, UTZ a mnohé ďalšie), ktorý potvrdzuje, že daný výrobok bol vyrobený za podmienok zohľadňujúcich trvalo udržateľný rozvoj. Spoločnosť sa venuje mnohým regionálnym podporným projektom a programom, ako aj celoslovenským mimovládny a charitatívnym organizáciám. Kaufland je už niekoľko rokov partnerom Slovenského Červeného kríža a podporuje viaceré kampane a projekty tejto humanitárnej organizácie. Vzájomná spolupráca je zameraná na nábor dobrovoľných darcov krvi z radov zamestnancov či verejnosti, potravinové zbierky, ale aj edukačné, propagačné a záchranárske aktivity, ako aj humanitárnu pomoc v krízových situáciách.

Kaufland je aj partnerom projektu spoločenskej zodpovednosti „Na veku záleží“. Ten sa už dve desaťročia usiluje o zamedzenie predaja tabakových výrobkov nepľogetým osobám. V rámci projektu získala spoločnosť už po tretíkrát cenu Zodpovedný predajca 2016 (2013, 2015). Ako jeden z kľúčových hráčov v slovenskom maloobchode si spoločnosť Kaufland uvedomuje svoju zodpovednosť na vytváraní a kultivácii podnikateľského prostredia v maloobchode na Slovensku. Aj preto sa spoločnosť stala v roku 2014 spoluzakladateľom Slovenskej aliancie moderného obchodu. Spoločnosť Kaufland sa tiež dobrovoľne zaviazala dodržiavať zásady férových obchodných postupov pripojením sa k Európskej iniciatíve vo vertikálnych vzťahoch v potravinovom dodávateľskom reťazci. Na sklonku roka 2014 sa stala spoločnosť aj členom združenia Business Leaders Forum.



PAUL PAULS

GENERÁLNY RIADITEĽ KAUF LANDU

„Značka je len taká dobrá ako jej zamestnanci. Tretíkrát za sebou získané ocenenie Superbrands je dôkaz, že tí v Kauflande sú super.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 63 OBCHODNÝCH DOMOV NA SLOVENSKU.
- VIAC AKO 6 000 ZAMESTNANCOV.
- PARTNER SLOVENSKEHO ČERVENÉHO KRÍŽA.
- ZAMESTNANCI SPOLU S VEREJNOSŤOU DARovali VYŠE 278 LITROV KRVI.
- 2016 – UVEDENIE PRIVÁTNÝCH ZNAČIEK K-BIO A K-TAKE IT VEGGIE.
- 2017 – PRIPOJENIE SA K INICIATÍVE MINISTERSTVA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA „BEZ IČELITIEK“, ZASTAVENIE PREDAJA NAJPREDÁVANEJŠEJ JEDNORAZOVEJ IČELITKY.

