



HISTÓRIA

Orientácia na zákazníka, inovatívne technológie s ohľadom na životné prostredie, výber produktov v princípe trvalej udržateľnosti či podpora regionálnych výrobcov. Aj tieto aspekty stelesňuje dnešný Kaufland. Aké však boli jeho začiatky? Písal sa rok 1930, keď sa Josef Schwarz rozhodol svoj veľkoobchod v Nemecku spojiť s potravinami s južným ovocím Lidl & Co. Výsledkom bol veľkoobchod s potravinami a ďalším sortimentom, ktorý dostal názov Lidl & Schwarz KG. Po vojne nasledovalo otvorenie prvého maloobchodu v roku 1968 pod názvom „Handelshof“ v nemeckom meste Backnang, neskôr sa centrála presťahovala do Neckarsulmu. Prvý veľkoplošný obchodný dom Kaufland pre spotrebiteľov otvoril svoje brány v roku 1984 v meste Neckarsulme. Dnes spoločnosť pôsobí na Slovensku, v Českej republike, Chorvátsku, Poľsku, Rumunsku a v Bulharsku. Na Slovensku môžu zákazníci Kaufland navštevovať od 25. novembra 2000, keď bol otvorený prvý obchodný dom v Poprade. O tri roky neskôr pribudlo distribučné centrum v Ilave. Aktuálne má Kaufland už 67 predajní a vo februári 2018 oslávil 50. výročie svojho pôsobenia v Európe.

INOVÁCIE

Za uplynulých 50 rokov prešla spoločnosť mnohými zmenami. Sleduje trendy a v centre pozornosti stoja tie, ktoré tvoria súlad so životným prostredím. Vo všetkých svojich novopostavených a zmodernizovaných predajniach zaviedol Kaufland inteligentnú technológiu rekuperácie, ktorá prispieva k významnému šetreniu energií a úspore CO₂. Rekuperácia predstavuje vykurovanie prevádzok odpadovým teplom z chladiacich regálov. Predajne dostali aj inovatívny LED svetelný systém. Modernizácia znamenala pre Kaufland krok vpred nielen v oblasti ekológie, ale aj vo vzťahu ku zákazníkovi. Predajne boli upravené tak, aby sa v nich každý cítil čo najlepšie a aby bol nákup príjemným



SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Spolu s Kauflandom sa vyvíjal a rástol aj jeho možný vplyv na spoločnosť. Takéto zodpovedné postavenie dalo firme príležitosť pozitívne prispievať k životnému prostrediu, podporovať neziskové organizácie a nadácie a motivovať k dobrým skutkom širokú verejnosť. Kaufland túto možnosť využil a využíva v mnohých smeroch. Má nielen ekologické predajne, ale i sortiment, ktorý tvorí zodpovedne s ohľadom na ochranu ľudí, živočíšstva a prírody. Ako sám uvádza v rovnomennej stratégii CSR: „Rozhodujú činy“. Tie rozhodli aj v prípade výberu produktov, ktoré pochádzajú z ekologického

poľnohospodárstva, certifikovaného rybolovu alebo nesú medzinárodný certifikát trvalo udržateľného rozvoja (napr. FSC, Fairtrade, UTZ). Kaufland nepodporuje ani kožušinové produkty a od roku 2025 nebude predávať ani vajcia z kľetkového chovu. Okrem sortimentu sa Kaufland sústreďuje aj na obaly, ktoré ovplyvňujú životné prostredie. V tejto súvislosti si stanovil nasledujúce garancie: do roku 2025 zníženie potreby plastov v krajinách svojho pôsobenia minimálne o 20 % a zabezpečenie 100 % recyklovateľnosti umelých obalov svojich privátnych značiek. Do konca roka 2019 vyradí z ponuky slamky privátnych značiek a jednorazový plastový riad. Prvým krokom bolo už v roku 2017 vyradenie najpredávanejšej igelitovej tašky z predaja, ktorú nahradili textilné tašky z biobavlny, PET fľaša a recyklovaných materiálov s certifikátom Blue angel. Ekologické myslenie sa odráža aj v aktivitách zbierania a triedenia materiálov, ako papier, kartonáž a bioodpad priamo v prevádzke či v tlačí reklamných novin na FSC certifikovaný papier, ktorý pochádza zo zodpovedného lesného hospodárstva. V oblasti sociálnej pomoci spolupracuje

zákazníkom. Tento cieľ bol dosiahnutý úpravou predajnej plochy, ktorá zmenila svoju tvár od základov. Priestor sa otvoril, regály sa stali prehľadnejšími, uličky širšími. Zmenou prešli aj obslužné pulty a pokladničná zóna, kde pribudli samoobslužné pokladne. Moderný dizajn teda nebol len otázkou vzhľadu, ale najmä komfortu pre zákazníka. Načúvanie potrebám zákazníka sa odzrkadlilo aj v portfóliu spoločnosti, keď Kaufland rozšíril svoju ponuku o regionálny sortiment. V roku 2017 odštartoval projekt na podporu regionálnych výrobcov a dodávateľov, ktorým sa začala úspešná spolupráca trvajúca doteraz. Menší výrobcovia majú radosť z príležitosti prezentovať svoju prácu väčšiemu spektru zákazníkov, kým tí zas vítajú pestrosť ponuky a regionálne slovenské výrobky. Kaufland tento sortiment prezentuje označením „Zo Slovenska to najlepšie“. Inovatívnym je rozhodne projekt „100 % slovenské mäso“, ktorý sa týka hovädzieho mäsa. Takéto označenie mäsa v Kauflande znamená, že pochádza zo zvierat, ktoré bolo narodené, chované, porazené a spracované na území Slovenskej republiky. Kaufland tak prispieva k podpore domácich farmárov, predaju slovenského mäsa, ako aj ku kvalite mäsa, ktoré sa k zákazníkovi dostane.



Kaufland už niekoľko rokov so Slovenským Červeným krížom (SČK). Prostredníctvom projektu „S našimi značkami je pomoc na ceste“ prispel na nákup nových vozidiel pre sociálne terénne služby SČK, ktoré uľahčujú rodinným príslušníkom starostlivosť o príbuzných a prispievajú k odbúraniu sociálnej izolovanosti hendikepovaných ľudí. V predvianočnom období priniesol projekt s označením „Daruj úsmev dvakrát“, vďaka ktorému podporil Kaufland vzdelávanie detí z detských domovov sumou 20 000 €. Spoločnosť sa k dobrým skutkom snaží motivovať nielen svojich zamestnancov, ale aj širokú verejnosť. Využíva na to projekt Divadelná kvapka krvi. Od roku 2014 vďaka nemu daroval až 535,5 litrov krvi od 1 190 darcov. Medzi významné projekty Kauflandu patrí aj podpora športu, najmä hokeja. Kaufland je generálnym partnerom Slovenského zväzu ľadového hokeja a tohtoročných domácich Majstrovstiev sveta v hokeji.

HODNOTA ZNAČKY

V súčasnosti Kaufland ponúka obrovský výber čerstvých potravín prvotriednej kvality za výhodné ceny. Sú medzi nimi aj privátne značky, ktoré si získavajú čoraz väčšiu obľubu a sú prispôbené rôznym skupinám zákazníkov. Najznámejšou a najsilnejšou privátnou značkou v Kauflande je K-Classic, o čom svedčí aj získané ocenenie Najdôveryhodnejšia značka 2016, 2017 aj 2018 v kategórii privátne značky. Produkty K-Classic boli na slovenský trh uvedené v roku 2010 a dnes sa ich predáva už viac ako 1 800 druhov. Ďalšia privátna značka, K-Purland, uzrela svetlo sveta v roku 2009. Ponúka širokú paletu čerstvého mäsa a mäsových špeciálov najvyššej kvality, čerstvosti a vynikajúcej chuti. Milovníkov bio kvality poteší rad produktov K-Bio, ktoré podliehajú prísny právny



predpisom nariadenia ES o ekologických produktoch. So značkou K-take it veggie je Kaufland prináša veľký výber vegánskych a vegetariánskych produktov pre priaznivcov alternatívneho stravovania. Pôžitkári si prídu na svoje v prémiovej značke EXQUISIT, ktorá garantuje gurmánsky zážitok za viac ako dostupnú cenu. V roku 2018 Kaufland rozšíril sortiment o nový rad K-free s chutnými produktami pre všetkých, ktorí majú intoleranciu na glutén alebo laktózu. Zároveň Kaufland priniesol aj produktový rad Z lásky k tradícii. Pod týmto označením sa skrývajú produkty vyrobené z rýdzo slovenských surovín podľa pôvodných receptúr. Okrem toho v roku 2018 pribudla na pulty nová privátna značka kozmetiky bevala® určená mužom i ženám. Kaufland v roku 2018 začal aj s predajom vlastných značiek detského oblečenia z biobavlny. Kuniboo predstavuje módne, príjemné a kvalitné oblečenie pre najmenších vyrobené zo špičkových a certifikovaných materiálov za výhodné ceny. Dôraz kladie najmä na najvyššie kvalitatívne parametre vybraných textílií. Produkcia prechádza kontrolou manažérov kvality a nezávislých kontrolných inštitútov. Väčšina prírodných vlákien použitých na výrobu oblečenia je označených certifikátom GOTS – Globálne Organické Textilné Štandardy. Druhá značka, Hip & Hopps, ponúka módu pre štýlových školákov.

ÚSPECHY A MARCOM

Úspechy spoločnosti Kaufland sú oceňované aj na domácich a zahraničných odborných fórach. Ocenenia spoločnosť radia do skupiny elitných značiek, ktoré predstavujú vzor úspešného rozvoja a neustáleho zvyšovania hodnoty značky. Ide okrem iného napríklad o ocenenie Najdôveryhodnejšia značka v kategórii predajca potravín, ktorú Kaufland získal v roku 2018, alebo o aktuálne ocenenie Superbrands, ktoré získala už po piaty raz. Najnovším prírastkom je cena Top Employer 2019 pre Slovensko aj Európu. Spolu s ocenením Najzamestávateľ 2018 patria tieto tituly k cenám, ktoré si Kaufland mimoriadne váži, pretože dokazujú zodpovedný prístup reťazca ku svojim zamestnancom. Tých považuje spoločnosť za jeden zo základných pilierov silného postavenia značky na trhu, bez ktorých by úspech nebol možný. Kauflandu patrí tiež ocenenie za najlepší projekt odpadového hospodárstva SR Zlatý mravec 2016 v kategórii Environmentálna výchova za projekt Zelený Kaufland, ktorý vzdeláva v oblasti zberu, triedenia, recyklácie a zhodnocovania odpadov. Oceňované sú aj kreatívne a komunikačné projekty Kauflandu. V rámci súťaže Hermes Komunikátor roka 2017 a 2018 v kategórii Obchodné reťazce získal Kaufland 3. miesto ako Najlepšie komunikujúca inštitúcia, a to zďaleka nie je všetko. V rámci súťaže Múza Merkúra Kaufland od roku 2011 získal viacero ocenení. Skvelé 2. miesto v kategórii Top značka v obchode za projekt TV spotov

zobrazujúcich pár, ktorý večeru pripravuje z produktov iného reťazca. Tieto TV spoty boli úspešné i na iných súťažiach, využili si aj Bronzový klinec v súťaži kreativity Zlatý klinec 2017. V roku 2014 sa stal Kaufland spoluzakladateľom Slovenskej aliancie moderného obchodu. Spojil tak sily s ostatnými veľkými hráčmi na slovenskom retailovom trhu. Medzi popredné značky zodpovedného biznisu u nás sa zaradil na sklonku roka 2014 aj ako nový člen združenia Business Leaders Forum, ktoré pôsobí pod zástitkou Nadácie Pontis a jeho členovia sú lídrami v zodpovednom podnikaní. Zodpovedné podnikanie patrí medzi základné charakteristiky Kauflandu, aj preto sa navyše dobrovoľne zaviazal dodržiavať zásady férových obchodných postupov pripojením sa k Európskej iniciatíve vo vertikálnych vzťahoch v potravinovom dodávateľskom reťazci.



PAUL PAULS
GENERALNÝ RIADITEĽ KAUF LANDU

„Naši zamestnanci a zodpovednosť voči komunite nás neustále posúvajú vpred! Sme značkou, ktorá patrí medzi lídrov na trhu, a ktorú si jej zamestnanci vážia. Aj preto sa už po piaty raz tešíme z ocenenia Superbrands.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 67 OBCHODNÝCH DOMOV NA SLOVENSKU, Z TOHO 16 PREDAJNÍ S REKUPERACIOU
- ÚSPORY PRI EMISIÁCH CO₂ V PREDAJNIACH ZODPOVEDAJÚ SPOTREBE ENERGIE 3 983 RODINNÝCH DOMOV
- VIAC AKO 6 000 ZAMESTNANCOV
- OD ROKU 2014 DAROVAL KAUF LAND 535,5 LITROV KRVI OD 1190 DARCOV
- V RÁMCI PROJEKTU POMÁHAME POTRAVINAMI SA DOPOSIAL VYZBIERALO 209,1 T POTRAVIN