



## HISTÓRIA

Na začiatku stál Josef Schwarz. Obchodník, ktorého meno dnes nesie celosvetovo úspešná podnikateľská skupina Schwarz Gruppe, začal písať históriu Kauflandu v roku 1930. Spojením svojho veľkoobchodu so spoločnosťou Lidl & Co. vytvoril veľkoobchod s názvom Lidl & Schwarz KG. Koncoví spotrebiteľia sa prvého maloobchodu dočkali v roku 1968, vtedy však ešte pod názvom Handelshof. Ako Kaufland bol obchod pomenovaný až pri otvorení prvého veľkoplošného obchodného domu v nemeckom meste Neckarsulm v roku 1984. Z Bádensko-Württemberska sa Kaufland postupne rozšíril do celého Nemecka a siedmich ďalších európskych krajín – Českej republiky, Poľska, Chorvátska, Rumunska, Moldavska, Bulharska a na Slovensko. Prvý obchodný dom na našom území bol otvorený 25. novembra 2000 v Poprade. Počas takmer dvadsiatich rokov na slovenskom trhu Kaufland otvoril 70 predajní naprieč celou krajinou.

## INOVÁCIE

Už v roku 2013 postavil Kaufland prvú predajňu, ktorá sa zaobíde bez klasického vykurovacieho kotla či ústredného kúrenia. Systém rekuperácie využíva 19 predajní Kauflandu, ktoré sú vykurované odpadovým teplom z chladiacich zariadení, čím šetrí prírodné zdroje. Energetickú úsporu prináša aj používanie LED osvetlenia v predajniach, na parkoviskách či vedľajších plochách. Pri vybraných predajniach sa nachádza aj elektronbijačka pre autá alebo elektrobicykle. Spoločnosť to so zodpovednosťou voči životnému prostrediu myslí vážne, čoho ďalším dôkazom je aj predajňa v Ľuboticiach pri Prešove. Ako prvá z predajní Kauflandu na Slovensku má strechu pokrytú rastlinami, čím prispieva k rozšíreniu zelene v obciach a okysličovaniu mestského vzduchu.

## HODNOTA ZNAČKY

Poslaním Kauflandu je ponúkať široký výber čerstvých a kvalitných potravín za výhodné ceny. O zabezpečenie tej najlepšej kvality pre svojich zákazníkov sa Kaufland usiluje neustálym rozširovaním svojich privátnych značiek, ktoré sú prispôbené potrebám rôznych zákazníckych skupín. Najznámejšou a najsilnejšou privátnou značkou v Kauflande je K-Classic, o čom svedčí aj opakovane získané ocenenie Najdôveryhodnejšia značka 2016, 2017, 2018 a 2019 v kategórii privátne značky. Záujmu sa tešia produkty z biovýroby, ktoré ponúka značka K-Bio. Oproti roku 2018 zaznamenala značka medziročne rozšírenie sortimentu o viac ako 40 %. Značka K-free ponúka produkty pre ľudí s intoleranciou na glutén či laktózu a K-take it veggie vegetariánske a vegánske výrobky. V nepotravinovom sektore sa od roku 2018 tešia obľube značky oblečenia pre menšie aj väčšie deti Kuniboo a Hip & Hopps a ďalšie textilné značky pre dospelých. Pri všetkých textilných produktoch vlastných produktových radov sa Kaufland zaviazal používať biobavlnu s certifikátom GOTS všade tam, kde je to možné.

## ÚSPECHY

Úspechy projektov Kauflandu uznáva verejnosť aj odborné fóra pôsobiace na Slovensku i v zahraničí. Všetky udelené ocenenia sú pre Kaufland silným motivátorom a zároveň záväzkom neustáleho rozvoja. Svedčia o stabilne silnej pozícii reťazca na trhu a o jeho dobrom mene medzi slovenskými spotrebiteľmi. Významnými sú okrem aktuálne získaného titulu Slovak Superbrands aj ocenenia Top Employer 2020 a Top Employer Europe 2020 a minulý rok získané ocenenie Najzamestnávateľ 2018. Sú udeľované na základe nezávislého odborného auditu a reprezentujú prvotriedne pracovné podmienky a možnosti kariérneho či osobnostného rozvoja pre zamestnancov firmy.

## UDRŽATEĽNOSŤ A CSR

Spoločenská zodpovednosť a podpora trvalej udržateľnosti sú dôležitou súčasťou filozofie spoločnosti Kaufland. Pod mottom „Rozhodujú činy“ Kaufland pomáha v rôznych oblastiach a zavádza opatrenia na zníženie spotreby plastov a šetrenie prírodných zdrojov. Koná s ohľadom na životné prostredie tak, že neustále rozširuje svoj sortiment zodpovedných produktov, podporuje neziskové organizácie a svojimi činmi motivuje k dobrým skutkom aj širokú verejnosť. V roku 2019 Kaufland predstavil projekt Čerstvé hlavičky zameraný na zdravú výživu školákov. Pilotný ročník prebiehal v školskom roku 2019/2020 na 62 základných školách naprieč celým Slovenskom. Takmer 23-tisíc žiakov vďaka nemu dostávalo pravidelnú nádielku čerstvého ovocia a zeleniny. Reťazec na základe pozitívnych reakcií detí, rodičov i vedení škôl pokračuje ďalším ročníkom projektu tiež v tomto školskom roku. V rámci svojej stratégie znižovania spotreby plastov Kaufland definitívne vyradil z predaja jednorazové plastové produkty, ako sú slamky, príbory, taniere, poháre, tyčinky do uší či igelitové tašky a nahradil ich ekologickými alternatívami. Červenú dal aj uhorkám baleným do fólie. Naopak, do sortimentu zaradil prvé produkty, ktoré sú „Balené zodpovedne“ – v obaloch, ktoré sú minimálne z 30 % recyklované alebo minimálne z 80 % recyklovateľné, alebo na ich výrobu bolo použitých o 10 % menej plastového obalového materiálu ako predtým. Týmto krokom ušetril takmer 78 ton plastového odpadu ročne. Jedným z pilierov CSR stratégie spoločnosti je aj zodpovedná tvorba sortimentu. Medziročne sa zodpovedný sortiment ohľaduplný k ľuďom a k prírode zdvojnásobil a v ponuke sa aktuálne nachádza takmer 1 700 rôznych certifikovaných produktov. Viac ako polovicu z nich tvoria vlastné privátne značky spoločnosti. Zodpovednosť pri výbere produktov dokazuje aj záväzok Kauflandu do roku 2025 úplne vyradiť z ponuky vajcia z klieťového chovu a rozšíriť sortiment vajec z podstielkových a voľných chovov. Novinkou, ktorú Kaufland predstavil v rámci zvyšovania transparentnosti informácií o zodpovednom pôvode potravín, je QR kód.



„V Kauflande si v každom smere dávame záležať na tom, aby sme kvalitu predstavovali nielen pre terajšie, ale aj ďalšie generácie. Dbať na spoločenskú zodpovednosť v rámci podnikania znamená dbať na budúcnosť nás všetkých.“



PAUL PAULS  
GENERÁLNY RIADITEĽ KAUF LANDU

Nachádza sa na obaloch rýb a produktov z nich pod privátnymi značkami. Ekonomike v jednotlivých regiónoch a lokálnej produkcii na Slovensku pomáha Kaufland svojím projektom na podporu regionálnych dodávateľov. Počas štyroch rokov fungovania projektu nadviazal Kaufland spoluprácu so 71 lokálnymi dodávateľmi po celom Slovensku. Regionálne produkty ponúka už vo svojich 65 predajniach na Slovensku, v lokalite, v ktorej pôsobia ich výrobcovia. Reťazec precízne vyberá slovenské ovocie a zeleninu od takmer 200 pestovateľov, pričom ročne predá desiatky tisíc ton domácej produkcie. Na pultoch reťazca zákazníci nájdu aj 100 % slovenské hovädzie a bravčové mäso, ktoré pochádza zo zvierat narodených, chovaných, porazených a spracovaných výlučne na území Slovenska. Slovenských výrobcov podporuje aj vlastným produktovým radom tradičných mliečnych, kyslomliečnych a údenárskych výrobkov s názvom Z lásky k tradícii. V oblasti spoločenskej zodpovednosti spolupracuje Kaufland už od roku 2014 so Slovenským Červeným krížom (SČK), s ktorým má viacero projektov:

- počas Divadelnej kvapky krvi upozorňuje zamestnancov i širokú verejnosť na dôležitosť pravidelného darovania krvi,
- pri príležitosti Svetového dňa výživy vyzýva zákazníkov, aby prispeli do Zbierky potravín,
- prostredníctvom projektu Jedlo je pomoc Kaufland podporuje Terénne sociálne služby SČK, ktoré prispievajú k odbúravaniu sociálnej izolovanosti a pomáhajú ľuďom, ktorí sú odkázaní na pomoc druhých.

Kaufland udržiava partnerstvá aj v oblasti športu. Je generálnym partnerom Slovenského zväzu ľadového hokeja (SZĽH). Dlhodobou podporou profesionálnych športovcov prispieva k zviditeľneniu slovenských hráčov vo svete a zároveň motivuje mladých ľudí k športovej kariére.

## ZAUJÍMAVOSTI

- 70 OBCHODNÝCH DOMOV NA SLOVENSKU, Z TOHO 19 PREDAJNÍ S REKUPERÁCIOU A JEDNA PREDAJŇA SO STRECHOU POKRYTOU RASTLINAMI
- ROČNÉ ÚSPORY EMISÍI CO<sub>2</sub> V PREDAJNIACH ZODPOVEDAJÚ ROČNEJ PRODUKCII CO<sub>2</sub> PŘIBLIŽNE 315 RODINNÝCH DOMOV SO ŠTVORČLENNOU RODINOU
- DESIATKY TON ČERSTVÉHO OVOCIA A ZELENINY DAROVANÝCH ŠKOLÁM V RÁMCI PROJEKTU ČERSTVÉ HLAVIČKY
- TAKMER 450 LITROV DAROVANEJ KRVI OD 997 DARCOV
- 281 TON VYZBIERANÝCH POTRAVIN PRE ĽUDÍ V NÚDZI
- PRÍSPÉVOK NA NÁKUP 16 ŠPECIÁLNE UPRAVENÝCH VOZIDIEL PRE TERÉNNÉ SOCIÁLNE SLUŽBY SČK