



HISTÓRIA

História firmy Kaufland sa začala písať v roku 1930 v Nemecku, keď 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 bol pre spotrebiteľov 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 198 bránami a momentálne má už viac ako 87 700 m² skladovej plochy. Aktuálne má Kaufland 65 predajní a vo februári roku 2018 oslávil 50. výročie svojho pôsobenia v Európe.

INOVÁCIE

Súčasťou novopostavených obchodných domov Kaufland na Slovensku sa od roku 2013 stala inovatívna technológia rekuperácie, ktorá prispieva k významnému šetreniu energií a úspore CO₂. Ide o princíp vykurovania prevádzok odpadovým teplom z chladiacich regálov. Okrem výstavby nových, spoločnosť Kaufland svoje predajne pravidelne 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 príspevať k príjemnému a rýchlemu nakupovaniu. V roku 2017 bol odštartovaný nový projekt na podporu regionálnych výrobcov a dodávateľov, ktorí spetrujú produktové



portfólio spoločnosti Kaufland ešte väčším výberom rýdzeho a poctivého slovenského potravinárskeho remesla. Spoločnosť zároveň dáva týmto menším regionálnym výrobcom šancu dodávať svoje produkty lokálne do niektorých z predajní. Počet dodávateľov sa za jeden rok od začatia projektu výrazne zvýšil a stále pribúdajú noví. Preto projekt pod názvom „Zo Slovenska to najlepšie“ pokračuje a Kaufland aj naďalej spetruje svoj sortiment o regionálne výrobky.

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 obľúbenejšie a ich popularita rastie. 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 jej označením

predáva už viac ako 1800 druhov produktov. Sú to mliečne a mrazené výrobky, cukrovinky a slané pochúťky, cestoviny, konzervy, nápoje, krmivá pre zvieratá, drogeria a kozmetika či potreby pre domácnosť a textilný tovar. Zákazníkmi sú taktiež veľmi obľúbené ďalšie privátne značky. Značka K-Purland, ktorá bola zavedená v roku 2009, ponúka širokú paletu čerstvého mäsa a mäsových špecialít najvyššej kvality, čerstvosti a vynikajúcej chuti. Exquisit je prémiovou značkou Kauflandu, ktorá sa na pultoch predajni objavila na jeseň roku 2015. Novinka K-Bio je určená pre milovníkov bio kvality. Ide o výrobky, ktoré podliehajú prísny právny predpisom nariadenia EÚ 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. V roku 2018 pribudla na pulty nová privátna značka kozmetiky bevola®. Zahŕňa starostlivosť o tvár, ústnu hygienu, pokožku či vlasy a je určená ženám aj mužom.

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 šfavy – kategória Ovocné a zeleninové šfavy, 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

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, keď spoločnosť v rámci kategórie CSR v obchode získala 2. miesto za kreatívnu komunikáciu vďaka letáku s produktmi vyrobenými 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. Išlo o sériu TV spotov, ktorého hlavným aktérom bol mladý manželský pár zachytený doma pri večeri pripravenej z produktov zakúpených v inom refazci. Tieto TV spoty si vyslúžili aj Bronzový klince v súťaži Zlatý klince 2017.

Doteraz najúspešnejší rok v súťaži Múza Merkúra bol pre Kaufland práve rok 2017. Spoločnosť získala 5 ocenení v 4 kategóriách a z toho dve ceny v kategórii CSR v obchode. Projekt „S igelitkou nemôžeš byť šik. Nos si nákup v bavlnke“, získal 1. miesto. Kaufland sa v roku 2017 pridal k iniciatíve MŽP SR „Bez igelitiek“ a zastavil predaj najpredávanejšej igelitovej tašky a zaviedol do predaja nákupnú tašku z bio bavlny. Projekt „Pomáhajme s chuťou“ sa umiestnil na 3. miesto. V spolupráci so SČK výťažok z predaja produktov K-Classic poslúžil na nákup špeciálne upravených vozidiel pre rozvoj terénnych služieb v SČK. Okrem týchto ocenení získal Kaufland ďalšie tri 2. miesta v troch kategóriách za projekty „Kto sa dobre naje, ten sa neháda“ v kategórii Top značka v obchode, „One stop shopping“ v kategórii Branding predajne a „Zo Slovenska to najlepšie“ v kategórii Umiestňovanie produktov v mieste predaja. Ďalším významným ocenením je prvenstvo v prestížnej ankete Najzamestnávateľ roka 2016 v kategórii Obchod a služby. Kaufland získal ocenenie najlepších projektov



odpadového hospodárstva SR Zlatý mravec 2016 v kategórii Environmentálna výchova za projekt Zelený Kaufland, ktorý vzdelával v oblasti zberu, triedenia, recyklácie a zhodnocovania odpadov. V rámci súťaže Hermes Komunikátor roka 2017 v kategórii Obchodné refazce získal Kaufland 3. miesto ako Najlepšie komunikujúca inštitúcia. A v neposlednom rade sa Kaufland môže pochváliť elitným ocenením Slovak Superbrands 2015, 2016, 2017 a 2018 za úspešný rozvoj a dynamické vylepšovanie brand image.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Dôležitou súčasťou firemnej kultúry Kauflandu je ekologická a spoločenská zodpovednosť. Mnohé z výrobkov pochádzajú z ekologického poľnohospodárstva, alebo nesú medzinárodný certifikát trvalo udržateľného rozvoja (napr. MSC, FSC, Fairtrade, UTZ a mnohé ďalšie). Kaufland je už niekoľko rokov partnerom Slovenského Červeného kríža. 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 tiež partnerom projektu spoločenskej zodpovednosti „Na veku záleží“. Ten sa už dve desaťročia usiluje o zamedzenie predaja tabakových výrobkov nepholetým osobám. V rámci projektu získala spoločnosť už po tretíkrát cenu Zodpovedný predajca 2016 (2013, 2015). V roku 2014 sa Kaufland stal spoluzakladateľom Slovenskej aliancie moderného obchodu. Spoločnosť 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

„Stávať predajne vie každý, ale naplniť ich životom a vybudovať z nich silnú značku je umenie. Nám sa to vďaka našim zamestnancom stále darí, o čom svedčí po 4-krát získané ocenenie Superbrands.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 65 OBCHODNÝCH DOMOV NA SLOVENSKU
- VIAC AKO 6 000 ZAMESTNANCOV
- PARTNER SLOVENSKEHO ČERVENÉHO KRÍŽA
- ZAMESTNANCI DOTERAZ DAROVALI VYŠE 353 LITROV KRVI
- POTRAVINOVÝMI ZBIERKAMI SA DOPOSIAL VYZBIERALO 150 TON POTRAVIN
- 2016 – UVEDENIE PRIVÁTNÝCH ZNAČIEK K-BIO A K-TAKE IT VEGGIE
- 2017 – PRIPOJENIE SA K INICIATÍVE MINISTERSTVA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA „BEZ IGELITIEK“, ZASTAVENIE PREDAJA NAJPREDÁVANEJŠEJ JEDNORAZOVEJ IGELITKY
- 2018 – ZAVEDENIE NOVEJ PRIVÁTNEJ ZNAČKY BEVOLA® NA TRH