



Kaufland jest jednym z największych międzynarodowych przedsiębiorstw handlowych, które w ponad 200 sklepach i 3 centrach dystrybucyjnych w Polsce zatrudnia więcej niż 15 tys. osób. Sieć sklepów spożywczych dba o jakość i świeżość produktów, korzystne ceny, bogatą ofertę, profesjonalne przygotowanie do sprzedaży, wysoki poziom obsługi oraz komfort zakupów.



Kontekst rynkowy

Polski rynek sieci handlowych jest bardzo wymagający, dodatkowo konkurują na nim przedstawiciele różnych formatów. Najwięksi obok Kaufland gracze na rynku to Biedronka, Lidl, Carrefour czy Tesco. Kaufland przewagę nad innymi markami buduje na bazie kilku swych cech – pod względem powierzchni sieć można zaliczyć do super- i hipermarketów, pod względem strategii cenowej i lokalizacji – do dyskontów.

Oferta

Klienci znajdują w Kaufland łącznie kilkanaście tysięcy produktów. Większość z nich to artykuły spożywcze renomowanych, rodzimych producentów. Kaufland proponuje także artykuły regionalne – do 370 w jednym sklepie. Ważną częścią oferty sieci są jej marki własne. K-Classic to już ponad 1 tys. produktów w niemal wszystkich grupach artykułów. Na miłośników wegetariańskiej i wegańskiej żywności czekają z kolei produkty marki własnej K-take it veggie. Marka K-Bio to zaś produkty spełniające surowe normy dotyczące rolnictwa ekologicznego. W sklepach sieci są także ar-

tykuły bez laktozy (marka K-Classic bez laktozy), a sezonowo produkty marki własnej premium K-Exquisit. Ponadto sieć oferuje artykuły przemysłowe, m.in. tekstylia, AGD, RTV, zabawki.

Osiągnięcia

W 2018 r. Kaufland po raz kolejny został uznany przez konsumentów za jedną z trzech najchętniej polecanych sieci handlowych w Polsce. Ubiegły rok był zaś dla marki czasem rozwoju. Firma otworzyła sklepy w Białymstoku, Opocznie oraz Sosnowcu – i planuje kolejne takie przedsięwzięcia. Jednocześnie Kaufland zmienia dotychczasowe markety – wyposaża je w przestronne lady, regały i stoiska, energooszczędne

oświetlenie i wysokiej klasy energetycznej lodówki. W wybranych sklepach uruchamia strefę kawiarniano-gastronomiczną. Firma zadbała też o zwiększenie powierzchni miejsc parkingowych wokół sklepów, udostępniła w marketach darmowe Wi-Fi i zainstalowała kasy samoobsługowe.

Sukces sieci to ogromna zasługa pracowników. Firma ma tego świadomość. Dlatego w 2017 r. wprowadziła podwyżki dla niemal wszystkich zatrudnionych i zagwarantowała im cykliczny wzrost wynagrodzeń. Zarobki 95 proc. pracowników wzrosły średnio o 11 proc. Firma przeznaczyła na ten cel 55 mln zł. Kaufland, poza jednym z najwyższych wynagrodzeń wśród sieci handlowych, oferuje także liczne świadczenia dodatkowe. Stawia też na rozwój pracowników – aż 95 proc. awansów w firmie to awanse wewnętrzne. Na szkolenia personelu co roku przeznaczają prawie 11 mln zł. Jakość polityki personalnej Kaufland znajduje odzwierciedlenie w nagrodach przyznawanych marce. Została ona wyróżniona w Top Employers Polska 2018 – uznano ją za jednego z pracodawców oferujących najlepsze warunki pracy na rynku. Kaufland



zdołał także zdobyć godło Best Quality Employer w konkursie Centralnego Biura Certyfikacji Krajowej. Coraz większą rolę w strategii firmy pełni polityka CSR. W 2017 r. Kaufland rozwijał współpracę ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce, wspierającym opuszczone i osierocone dzieci. Firma pomaga, przekazując dotacje, dary rzeczowe czy bezpłatnie udostępniając powierzchnie reklamowe, dzięki którym informacje o Stowarzyszeniu i możliwościach jego wsparcia mogą dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. Kaufland realizuje swoją misję odpowiedzialnej firmy również na innych polach. W celu minimalizowania zjawiska marnowania żywności rozpoczął współpracę z Federacją Polskich Banków Żywności i przekazuje żywność dla najbardziej potrzebujących. Z kolei aby wspierać ochronę środowiska naturalnego,

sieć jako jedna z pierwszych w Polsce opracowała szczegółową politykę zakupów ryb i owoców morza. Blisko współpracuje w tym zakresie z MSC, międzynarodową organizacją, która działa na rzecz zrównoważonego rybołówstwa oraz promowania dobrych praktyk rybackich. Kaufland kieruje się ponadto proekologiczną polityką, by zmniejszać negatywny wpływ przedsiębiorstwa na środowisko. Optymalizacja zużycia energii możliwa jest dzięki nowoczesnym rozwiązaniom (np. oświetleniu LED i ogrzewaniu nowo powstałych sklepów za pomocą technologii odzysku ciepła). Te odpowiedzialne działania Kaufland w Polsce są doceniane przez klientów i obserwatorów rynku. Świadczą o tym liczne wyróżnienia dla marki (np. Dobroczyńca Roku 2017, Gwiazda Jakości Obsługi 2018).

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Kaufland aktywnie angażuje się we wspieranie zdrowego trybu życia. Firma została sponsorem głównym The World Games 2017, organizowanej co cztery lata międzynarodowej imprezy skupiającej dyscypliny tzw. sportów nieolimpijskich. W ten sposób marka zwraca uwagę na to, że oprócz aktywności fizycznej jednym z fundamentów zdrowego stylu życia jest zbilansowana dieta.

148 000

Tytułu pracowników na całym świecie zatrudnia Kaufland. Reprezentują 114 narodowości.

Promocja marki

Kaufland wspiera swoją markę nowoczesnymi kanałami komunikacji. Klienci cenią np. jej mobilne rozwiązanie – wprowadzoną w 2016 r. aplikację Kaufland, którą pobrano już ponad 300 tys. razy. Umożliwiła ona m.in. szybki dostęp do oferty handlowej sklepów Kaufland oraz bogatej bazy przepisów, pozwala także tworzyć listę zakupów w oparciu o dany przepis, aktualną ofertę lub poprzez skanowanie produktów, którą można dzielić się z innymi. W 2017 r. Kaufland uruchomił też nową stronę internetową. Witryna ma nowoczesną szatę graficzną i jest intuicyjna w nawigacji. W lipcu marka z użyciem narzędzi marketingu niestandardowego (m.in. sześciometrowych kregli ustawionych przed Dworcem Głównym) zrealizowała kampanię promocyjną w przestrzeni miejskiej Wrocławia, by pokazać swe zaangażowanie jako sponsora głównego imprezy sportowej The World Games.

www.kaufland.pl



HISTORIA MARKI

1930 Josef Schwarz założył przedsiębiorstwo zajmujące się handlem hurtowym owocami egzotycznymi, towarami kolonialnymi itp. Stopniowo rozbudowywano je do firmy zajmującej się handlem hurtowym artykułami spożywczymi.

1968 Otwarcie pierwszego sklepu sieci (pod nazwą Handelshof) w Niemczech.

1984 Otwarcie pierwszego marketu pod nazwą Kaufland w Niemczech.

1998 Początek międzynarodowej ekspansji (otwarcie sklepu sieci w Czechach).

2001 Otwarcie pierwszego sklepu Kaufland w Polsce.

2011 Otwarcie tysięcznego sklepu w Europie.

2015 Otwarcie dwusetnego marketu Kaufland w Polsce.

2018 50-lecie firmy Kaufland w Europie.