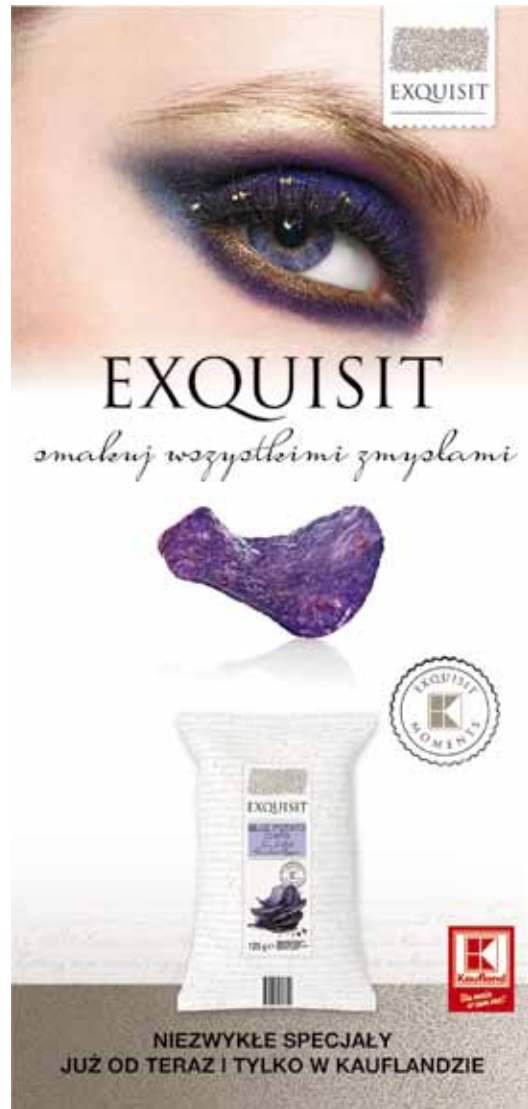




Kaufland to odnosząca sukcesy międzynarodowa sieć sklepów oferująca artykuły spożywcze oraz produkty codziennego użytku. Należy do dużych przedsiębiorstw handlowych Europy z branży nowoczesnych sklepów wielkopowierzchniowych. W całej Europie Kaufland posiada około 1200 sklepów i zatrudnia blisko 150 tysięcy pracowników. W Polsce pierwszy sklep sieci Kaufland został otwarty w 2001 roku. Obecnie jest ich już ponad 200.



Kontekst rynkowy

Rynek handlu detalicznego w Polsce jest niezwykle konkurencyjny. Zmieniają się potrzeby i oczekiwania konsumentów. Kaufland wychodzi naprzeciw tym zmianom i systematycznie odnotowuje wzrost liczby klientów, wciąż doskonaląc profil sklepów i dostosowując je do potrzeb nabywców. Sieć inwestuje w obsługę klienta i poszerza asortyment. Systematycznie wprowadza rozwiązania ułatwiające zakupy poprzez swoje gwarancje i usługi dodatkowe. Podwyższa także standard nowych sklepów, wykorzystując najnowsze technologie budowy. Jednocześnie na bieżąco modernizuje starsze obiekty. Z firmy, która w 2000 roku zatrudniała zaledwie kilka osób, stała się przedsiębiorstwem zatrudniającym blisko 17 tysięcy pracowników. Z każdym nowo otwieranym sklepem są tworzone kolejne dziesiątki miejsc pracy.

Wszystko to sprawia, że Kaufland jest jednym z największych pracodawców w Polsce.

Osiągnięcia

Każdego roku marka Kaufland jest bardzo wysoko oceniana przez klientów. Potwierdzeniem tego jest wyróżnienie „SuperMarka 2016 – Jakość, Zaufanie, Renoma”. Ta cenna nagroda przyznawana jest najbardziej rozwojowym i najlepiej rokującym firmom obecnym na polskim rynku. Kolejnym wyróżnieniem przyznawanym przez miliony klientów jest „Gwiazda Jakości Obsługi”. W elitarnym gronie zdobywców tej nagrody znalazły się tylko te przedsiębiorstwa, które są liderami w swoich branżach. Bogaty pakiet socjalny – dodatkowe ubezpieczenia, prywatna opieka medyczna oraz karta Multisport – stanowi zachętę dla przyszłych pracowników. Filozofia Kauflandu

oparta jest na wzajemnym szacunku i zaufaniu. Wszystko to sprawia, że Kaufland znalazł się na liście najbardziej pożądanych pracodawców na rynku przedsiębiorstw handlowych, a Związek Zawodowy Solidarność nagroził Kaufland certyfikatem „Lidera Dialogu”. Poza tym firma Kaufland może pochwalić się wyróżnieniem otrzymanym w prestiżowym konkursie pod auspicjami Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej „Kreator miejsc pracy 2015”. Kaufland aktywnie działa na rzecz ochrony środowiska i jego zasobów. Uwzględniając ekologiczne i społeczne aspekty swojej działalności, wprowadza do sprzedaży jak największą liczbę artykułów, których produkcja nie wiąże się z niszczeniem środowiska. Na przykład przy zakupie ryb od dostawców kieruje się zasadą zrównoważonego rybołówstwa, która gwarantuje, że ryby i owoce morza pochodzą z nieprzetrzębianych łowisk, a sposób ich połowu nie niszczy



czy środowiska morskiego. Tak pozyskane ryby oznaczone są certyfikatem MSC (ang. Marine Stewardship Council). Innym aspektem działalności proekologicznej jest przyłączenie się do prowadzonej przez Greenpeace kampanii „Detox” i dobrowolne zobowiązanie się do rezygnacji z substancji toksycznych i szkodliwych dla środowiska naturalnego w produkcji tekstyliów i butów.

Oferta

Każdy sklep Kaufland posiada bogatą i zróżnicowaną ofertę handlową. Klientów przekonuje dbałością o jakość i świeżość produktów oraz wysokim poziomem obsługi świadczonej przez wykwalifikowanych pracowników. Klienci znajdując w sklepach ponad 22 tysiące produktów pierwszej potrzeby, z czego 14,5 tysiąca to artykuły spożywcze znanych i renomowanych producentów oraz lokalnych dostawców. Kaufland szczególnie promuje własne produkty regionalne, wspierając tym samym polskich przedsiębiorców. W ofercie ma ponad 6 tysięcy artykułów regionalnych, które dostarczane są przez blisko 500 lokalnych dostawców. Nie ma w Polsce drugiej sieci handlowej, która miałaby tak zróżnicowaną ofertę produktów lokalnych. Aż 80 proc. sprzedawanych w Kauflandzie produktów pochodzi z Polski. Szczególną pozycję w ofercie sklepu zajmuje marka własna firmy Kaufland. K-Classico to ponad 2 tysiące produktów niemal w całym asor-

tymencie, który jest ciągle poszerzany i wzbogacany nowymi pozycjami. Wśród nich są m.in. takie polskie rarytasy, jak krakowska sucha lub kabanosy. Produkują je polscy wytwórcy w oparciu o tradycyjne receptury, wykorzystując dobre gatunkowo, świeże mięso i świadomie rezygnując ze wzmacniaczy smaku, aromatów oraz barwników.

Na uwagę zasługuje również nowa marka ekskluzywnych produktów Exquisit, zainspirowana maksymą francuskiego pisarza François de La Rochefoucauld „Jedzenie jest potrzebą, a smakowanie – sztuką!”. Exquisit to ponad 100 artykułów z kategorii premium, a wśród nich wysmienite przystawki, wyborne wędliny i sery, najwyższej jakości specjalia mięsne, wykwintne desery i słodczyce oraz wyjątkowe przekąski.

Siła Kauflandu to także gwarancje i usługi serwisowe. Zapewniają one szybkie i bezpieczne zakupy. Do najpopularniejszych należą: gwarancja ceny dyskontowej (obejmuje ponad 2 tysiące artykułów oznaczonych specjalnym symbolem i gwarantuje najniższą cenę produktu wśród sprzedawców detalicznych), gwarancja sprawnej obsługi przy kasie (jeśli klient czeka przy kasie dłużej niż 5 minut, a nie wszystkie kasy są czynne, otrzymuje bono o wartości 5 zł), trzyletnia gwarancja na wszystkie urządzenia elektryczne oraz gwarancja wymiany towaru bez okazywania paragonu.

Promocja Marki

Pierwsza duża kampania reklamowa firmy Kaufland wystartowała w 2012 roku. Strategia reklamowa pod hasłem „Dla mnie w sam raz” skoncentrowana była na mediach elektronicznych, jednak z intensywnym wykorzystaniem dotychczasowych kanałów (gazet dla klientów, billboardów, komunikacji na terenie sklepów). Jej celem było zwrócenie uwagi na fakt, że Kaufland łączy wszystkie zalety sklepu dyskontowego i hipermarketu.

„Wszystko, co kochasz” – to hasło nowej kampanii reklamowej Kauflandu, która rozpoczęła się na początku 2015 roku. Hasło jest odzwierciedleniem tego wszystkiego, co znajdziemy na sklepowych półkach sieci, czyli przede

wszystkim polskie produkty regionalne. Kampania jest w pełni zintegrowana i obejmuje wszystkie media, począwszy od tradycyjnych kanałów komunikacji, takich jak telewizja, radio i prasa, po nowoczesne środki przekazu jak Internet. Dodatkowo kampania wspierana jest przez promocje i akcje specjalne, m.in. liczne konkursy dla klientów.

Ostatnie wydarzenia

Oprócz działalności handlowej Kaufland wypełnia misję społecznej odpowiedzialności biznesu. Dużym sukcesem zakończyła się akcja

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Gazeta reklamowa Kaufland o nakładzie ponad 5 milionów egzemplarzy to największy tygodnik w Polsce.
- Powierzchnia wszystkich parkingów przy marketach Kaufland jest równa powierzchni 49 Zamków Królewskich na Wawelu (włącznie ze wszystkimi salami).
- Gdyby pracownicy wszystkich marketów Kaufland chwycili się za ręce, to utworzyliby łańcuch o długości ok. 34 km, czyli prawie tyle, ile mierzy Półwysep Helski.



„Z serca dla dzieci”, organizowana w 2015 roku wspólnie przez Polski Czerwony Krzyż, Kaufland i Procter & Gamble. Dzięki klientom udało się zebrać ponad 250 tysięcy złotych na rzecz najbardziej potrzebujących dzieci. Kaufland nawiązał także współpracę ze Stowarzyszeniem „SOS Wioski Dziecięce”. Pierwszą wspólną akcją było przygotowanie wyprawek dla uczniów na początek roku szkolnego.

Poza działaniami ogólnopolskimi Kaufland angażuje się w lokalne przedsięwzięcia charytatywne. Program „Kaufland dla wszystkich” to współpraca sieci z kilkudziesięcioma fundacjami, która zaowocowała ponad 1000 akcji o charakterze dobroczynnym. Dzięki takim działaniom Kaufland przekazał potrzebującym ponad 1 milion złotych!

www.kaufland.pl



HISTORIA MARKI

- 1930** Prowadzone przez Josefa Schwarza przedsiębiorstwo zajmuje się handlem hurtowym owocami egzotycznymi, towarami kolonialnymi i innymi; z czasem rozbudowuje się do firmy, której podstawą działalności jest handel hurtowy artykułami spożywczymi.
- 1968** Otwarcie pierwszego małopowierzchniowego sklepu pod nazwą Handelshof w Backnang, w Niemczech.

- 1972** Niemieckie miasto Neckarsulm staje się siedzibą centrali firmy.
- 1984** Otwarcie pierwszego wielkopowierzchniowego marketu pod nazwą Kaufland w Neckarsulm, w Niemczech.
- 1998** Rozpoczyna się międzynarodowa ekspansja. Otwarcie pierwszego sklepu sieci Kaufland w Czechach.

- 2001** Otwarcie pierwszego sklepu w Polsce, w Stargardzie Szczecińskim.
- 2010** Wprowadzenie na rynek marki własnej K-Classico.
- 2011** Otwarcie 1000. sklepu sieci Kaufland w Europie.
- 2015** Otwarcie 200. sklepu sieci Kaufland w Polsce.
- 2016** Kaufland obchodzi 15. rocznicę obecności na polskim rynku.