MACHEN MACHT DEN UNTERSCHIED

Nachhaltigkeitsbericht
für das Geschäftsjahr 2020
Kaufland Slovenska republika v.o.s.

Machen macht den Unterschied.

Kaufland

BERICHT

Dieser Bericht ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika, v.o.s.[1] und deckt das Geschäftsjahr 2020 (vom 1. März 2019 bis zum 29. Februar 2020)[2] ab. Der Bericht fasst alle strategischen Ziele, Maßnahmen, Projekte und Aktivitäten der Gesellschaft zusammen, die bedeutende gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Auswirkungen haben und gleichzeitig von allen Stakeholdern als wesentlich bezeichnet wurden.

Unsere Aktivitäten werden in fünf thematischen Kapiteln näher beschrieben – Produktion, Sortimentsgestaltung, Betriebliche Abläufe, Point of Sale und Gesellschaftliches Engagement. Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist bestimmt für die Geschäftspartner der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika v.o.s., ihre Kunden und Mitarbeiter, Lieferanten, Vertreter des öffentlichen und des gemeinnützigen Sektors sowie für die weitere fachliche und breite Öffentlichkeit und Medien.

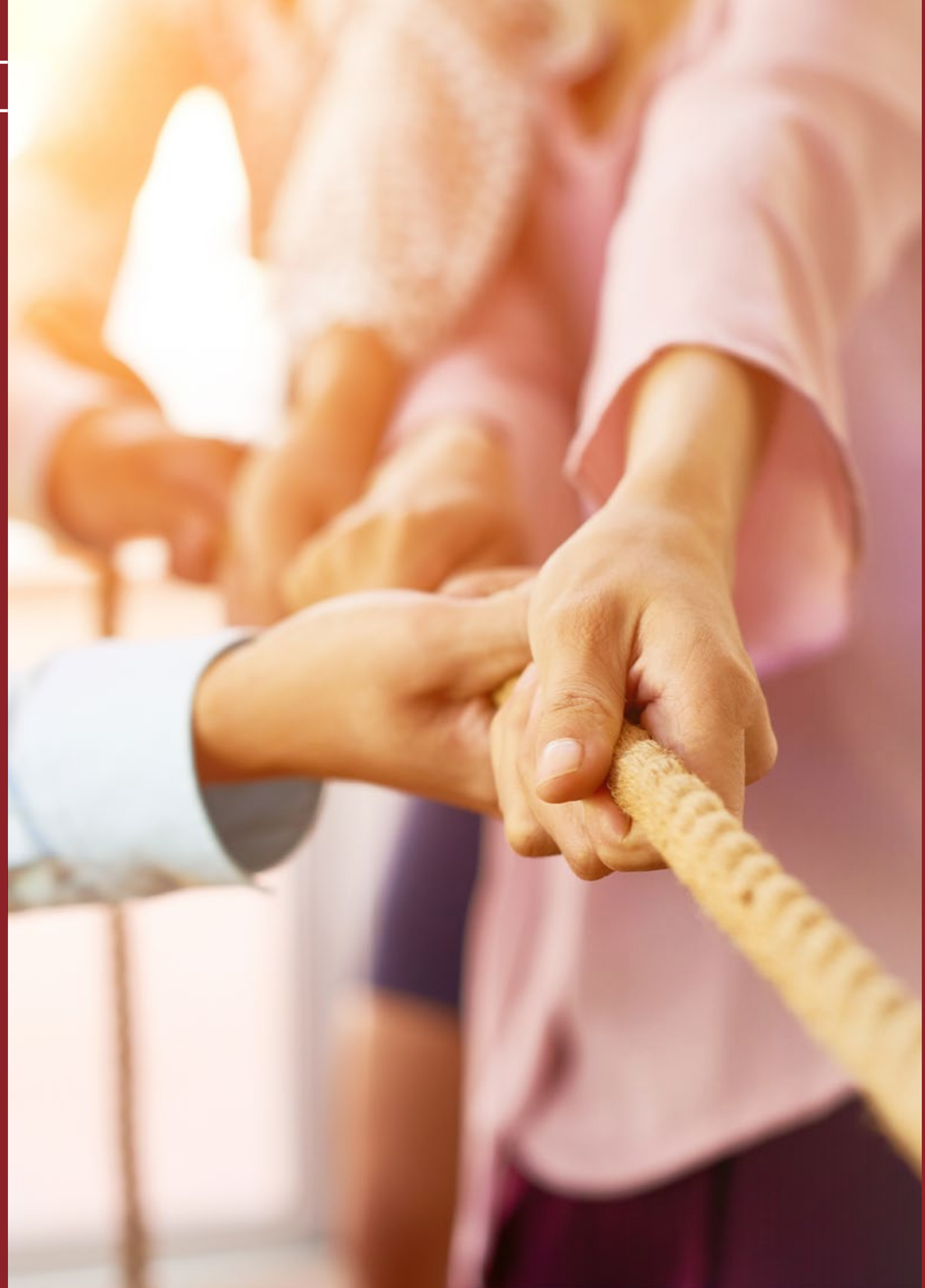
ANGEWANDTE BERICHTERSTATTUNGS-METHODIK

Der Bericht wurde gemäß den internationalen Standards Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Die GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) stellen den globalen Standard für die Berichterstattung über verantwortliches Unternehmertum und Nachhaltigkeit dar. Dieser Bericht wurde gemäß den GRI-Standards in der Grundversion „core" vorbereitet.[3] Auf die verwendeten Indikatoren verweist der GRI-Inhaltsindex auf den Seiten 130 bis 133.

EXTERNE PRÜFUNG

Die Übereinstimmung des Berichts mit der GRI-Standards-Methodik wurde während dessen Vorbereitung von der Stiftung Pontis kontrolliert. Die gewählten Berichtsindikatoren wurden von der externen Prüfungsgesellschaft Ernst & Young Slovakia, spol. s r.o. überprüft. Der Vermerk des Berichtsprüfers ist auf der Seite 134 angeführt.[4]

[1] GRI 102-1
[2] GRI 102-50
[3] GRI 102-54
[4] GRI 102-56



ERSCHEINUNGSDATUM DES BERICHTS 22.12. 2020[5]

BERICHTERSTATTUNGSZYKLUS

Wir beabsichtigen, einen Nachhaltigkeitsbericht alle

2 JAHRE[6]

HERAUSZUGEBEN.

ANSPRECHPARTNER FÜR FRAGEN ZUM BERICHT ODER DESSEN INHALT

Lucia Vargová
Leiterin der Unternehmenskommunikation
hovorca@kaufland.sk

Martina Machánková
Projektleiterin für CSR
csr@kaufland.sk[7]

SITZ DER GESELLSCHAFT

Kaufland Slovenská republika v.o.s.
Trnavská cesta 41/A
831 04 Bratislava
Slovenská republika[8]

[5] GRI 102-51
[6] GRI 102-52
[7] GRI 102-53
[8] GRI 102-3

INHALT

VORSTELLUNG DES UNTERNEHMENS 8

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG 20

PRODUKTION 36

Soziale Standards, Arbeits-und Lebensbedingungen in Produktion und Lieferkette 40

Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen 48

Ziele beim Thema Produktion in den folgenden Geschäftsjahren 56

SORTIMENTSGESTALTUNG 58

Förderung heimischer Produkte 64

Ausbau des gesunden Sortiments 69

Ziele beim Thema Sortimentsgestaltung in den folgenden Geschäftsjahren 74

POINT OF SALE 76

Umweltfreundliche Verpackungen 78

Ziele beim Thema Point of Sale in den folgenden Geschäftsjahren 86

BETRIEBLICHE ABLÄUFE 88

Verantwortungsvoller Arbeitgeber 90

Ziele beim Thema Verantwortungsvoller Arbeitgeber in den folgenden Geschäftsjahren 104

Betrieblicher Umweltschutz 106

Ziele beim Thema Betrieblicher Umweltschutz in den folgenden Geschäftsjahren 116

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT 118

Ziele beim Thema Gesellschaftliches Engagement in den folgenden Geschäftsjahren 128

INDEX GRI 130

EXTERNE PRÜFUNG 134

„Wer aufhört, besser zu werden, hört auf, gut zu sein.“

das Motto der Schwarz Gruppe

Bei Kaufland glauben wir, dass Machen den Unterschied macht. Wir verstehen Corporate Social Responsibility (CSR) im weiteren Sinne und nicht nur als Milderung der direkten und indirekten Folgen unserer Unternehmenstätigkeit. Mit unserer Marktposition ist eine große Verantwortung verbunden - sowohl gegenüber Mitarbeitern wie auch gegenüber Kunden, der Gesellschaft und der Gemeinschaft, in der wir tätig sind. Mit der Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts wollen wir anderen Gesellschaften als Vorbild dienen und zur Transparenz in diesem Bereich beitragen.
Wir werden diesen Bericht alle zwei Jahre veröffentlichen, um transparent Fortschritte in einzelnen Gebieten und unsere Zielerreichung zu messen. In unserem ersten Bericht beschäftigen wir uns mit fünf Themen, die im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse als relevant identifiziert wurden und die Struktur dieses Berichtes darstellen. Für jeden dieser Bereiche haben wir Ziele definiert, die wir in der nahen Zukunft erreichen wollen.
Um zur positiven Verhaltensänderung bei unseren Kunden, Partnern und der ganzen Gesellschaft beizutragen, müssen wir ein Vorbild vorangehen. Wir verfolgen und analysieren monatlich die Abfallerzeugung und suchen nach Möglichkeiten, die Produktverpackung unserer Eigenmarken so zu ändern, dadurch sie weniger die Umwelt belastet.
Zu unseren Prioritäten gehört auch das Angebot von hochwertigen Produkten, die zu einem nachhaltigeren Sortiment und zu einem fairen Zugang in der gesamten Wertschöpfungskette beitragen - vom Rohstoffproduzenten über den Verarbeiter bis zum Kunden. Wir verpflichten uns und unsere Partner, während der Dauer unserer Zusammenarbeit unsere Firmengrundsätze und sozialen Mindeststandards einzuhalten, eine angemessene Entlohnung zu bieten und auf den Umweltschutz zu achten. Wir konzentrieren uns darauf, mit unseren Aktivitäten langfristig positiv den Lebensstandard der Menschen in Produktionsländern positiv zu beeinflussen. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten wir mit NGOs und internationalen Organisationen zusammen. Wir engagieren uns für eine umwelt- und ressourcenschonende Textilproduktion und - verwendung, weshalb wir uns im 2015 dem Detox-Commitment von Greenpeace angeschlossen haben.

Wir sind uns bewusst, dass langfristige und starke Beziehungen, die auf Partnerschaft und Vertrauen beruhen, wichtig für unser Unternehmen sind. Gemeinsam mit inländischen Lieferanten bemühen wir uns, das Portfolio an inländischen Produkten in unseren Regalen zu erweitern und damit indirekt die Wirtschaft und Beschäftigung in verschiedenen Regionen der Slowakei zu stärken.
Probleme, die wir bisher insbesondere in anderen Ländern gesehen haben, wie Fettleibigkeit, ungesunde Essgewohnheiten oder Nahrungsmittelunverträglichkeiten, treten auch in unserem Land auf. Deshalb ist es uns wichtig, das Angebot an gesunden Produkten zu erweitern und die Aufmerksamkeit unserer Kunden darauf zu lenken. Wir unterstützen gesunde Ernährung für Kinder durch das Projekt Frische Köpfe, im Rahmen dessen wir mit Schulen in der gesamten Slowakei zusammenarbeiten und ihre Schüler einmal pro Woche mit frischem Obst oder Gemüse versorgen.
Um unsere Nachhaltigkeistziele zu erreichen und zu einer Änderung beizutragen, ist es nötig, motivierte und stolze Mitarbeiter zu haben. Sie haben für uns oberste Priorität: Sie müssen angemessen entlohnt werden, Raum für persönliche Entwicklung haben und sich auf ihren Arbeitgeber verlassen können.
Mit diesem Bericht zeigen wir die Richtung, in die wir in der Zukunft aufschlagen wollen. Wir sind froh, dass wir als in der ganzen Slowakei tätige bedeutende Gesellschaft mit mehr als 7.000 Mitarbeitern zu einer besseren Zukunft für uns alle beitragen können.[9]

Paul Pauls
Geschäftsleitungsvorsitzender
Kaufland Slovenská republika, v.o.s.

[9] 102-14

VORSTELLUNG DES UNTERNEHMENS

GESCHICHTE

1855 Anton Lidl betreibt einen Laden mit Südfrüchten in Heilbronn

1929 Josef Schwarz startet einen eigenen Großhandel mit Lebensmitteln.

1930 Josef Schwarz gründet zusammen mit Nachfolgern von Anton Lidl die Gesellschaft Lidl & Schwarz KG, die hinter der Gründung der heutigen Gesellschaften Kaufland und Lidl steht.

1963 Übernahme der Leitung der Firma durch Josefs Sohn, dessen Amtsantritt die Anfänge des Unternehmens im Einzelhandel vorzeichnen.

1968 Bau der ersten großen Kaufland-Filiale – damals noch unter dem Namen Handelshof – in Backnang, Baden Württemberg.

1984 Am 1. September wird in Neckarsulm die erste Filiale, damals bereits unter dem neuen Namen Kaufland, eröffnet.

1991 Vereinheitlichung der Namen der Filialen - alle neuen Filialen tragen den Namen Kaufland.

2000 Die erste Filiale in der Slowakei wird in Poprad eröffnet.

2019 mehr als 1300 Filialen in 8 Ländern.[10]

[10] GRI 102-6

WO SIE UNS FINDEN[11]:

[11] GRI 102-4

KAUFLAND IN DER SLOWAKEI

Kaufland Slovenská republika v.o.s. ist eine offene Handelsgesellschaft, welche am **26. Mai 2000 in der Slowakei gegründet wurde**. Am 13. Juni 2000 wurde sie ins Handelsregister des Amtsgerichts Bratislava, Teil SR, Einlage Nr. 489/B eingetragen. Die Gesellschaft gehört zur deutschen Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland. Als Muttergesellschaft fungiert die Kaufland Stiftung & Co. KG. Diese ist für die Erstellung des konsolidierten Jahresabschlusses zuständig.[12]

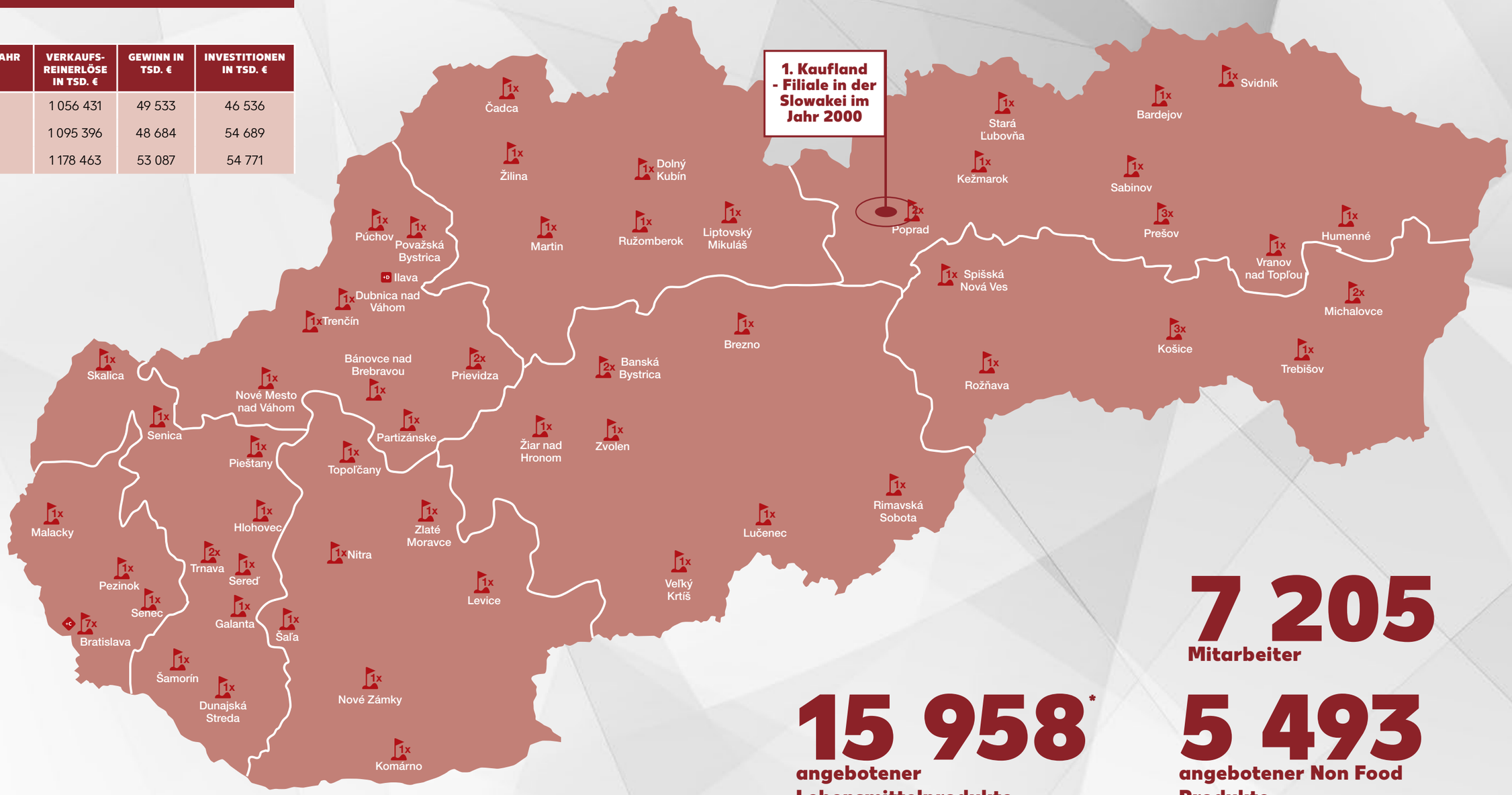
Zu den Kaufland Slovenská republika v.o.s. gehören die Gesellschaften FMRS Warenhandel GmbH und Kaufland Management SK s.r.o. Der Anteil der Gesellschaft FMRS Warenhandel GmbH am Stammkapital der Gesellschaft zum 29. Februar 2020 sowie zum 28. Februar 2019 betrug 99,999 %, d. h. 137 196 418 EUR (zum 28. Februar 2019: 118 512 589 EUR). Der Anteil der Gesellschaft Kaufland Management SK s.r.o. am Stammkapital 0,001 %, d. h. 1 372 EUR (zum 28. Februar 2019: 1 185 EUR).[13]

Unser Hauptgeschäftszweck ist der Einzelhandel mit Lebensmitteln und Verbrauchsgütern über das Netzwerk der Kaufland-Filialen. Neben Lebensmitteln bieten wir auch Non-Food-Waren, wie beispielsweise Kosmetik, Bekleidung und Hilfsmittel sowie Zubehör für den Haushalt an. Der vollständige Geschäftszweck der Gesellschaft ist im Handelsregister der SR einsehbar.[14]

[12] GRI 102-5
[13] GRI 102-45
[14] GRI 102-2

WICHTIGE ZAHLEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2020[15]

GESCHÄFTSJAHR	VERKAUFS-REINERLÖSE IN TSD. €	GEWINN IN TSD. €	INVESTITIONEN IN TSD. €
2017	1 056 431	49 533	46 536
2018	1 095 396	48 684	54 689
2019	1 178 463	53 087	54 771



70 Filialen

1 Zentrale

1 Logistikzentrum

7 205 Mitarbeiter

15 958* angebotener Lebensmittelprodukte

1 857 Eigenmarke

14 101 Markenprodukte

5 493 angebotener Non Food Produkte

1 252 Eigenmarke

4 221 Markenprodukte

[15] GRI 102-7 ; Daten zum 29.2.2020

* Zum Lebensmittelsortiment zählen wir außer Lebensmittelprodukte auch Drogerie und Haustierbedarf. Wir beachten nicht Saisonartikel und Posten.

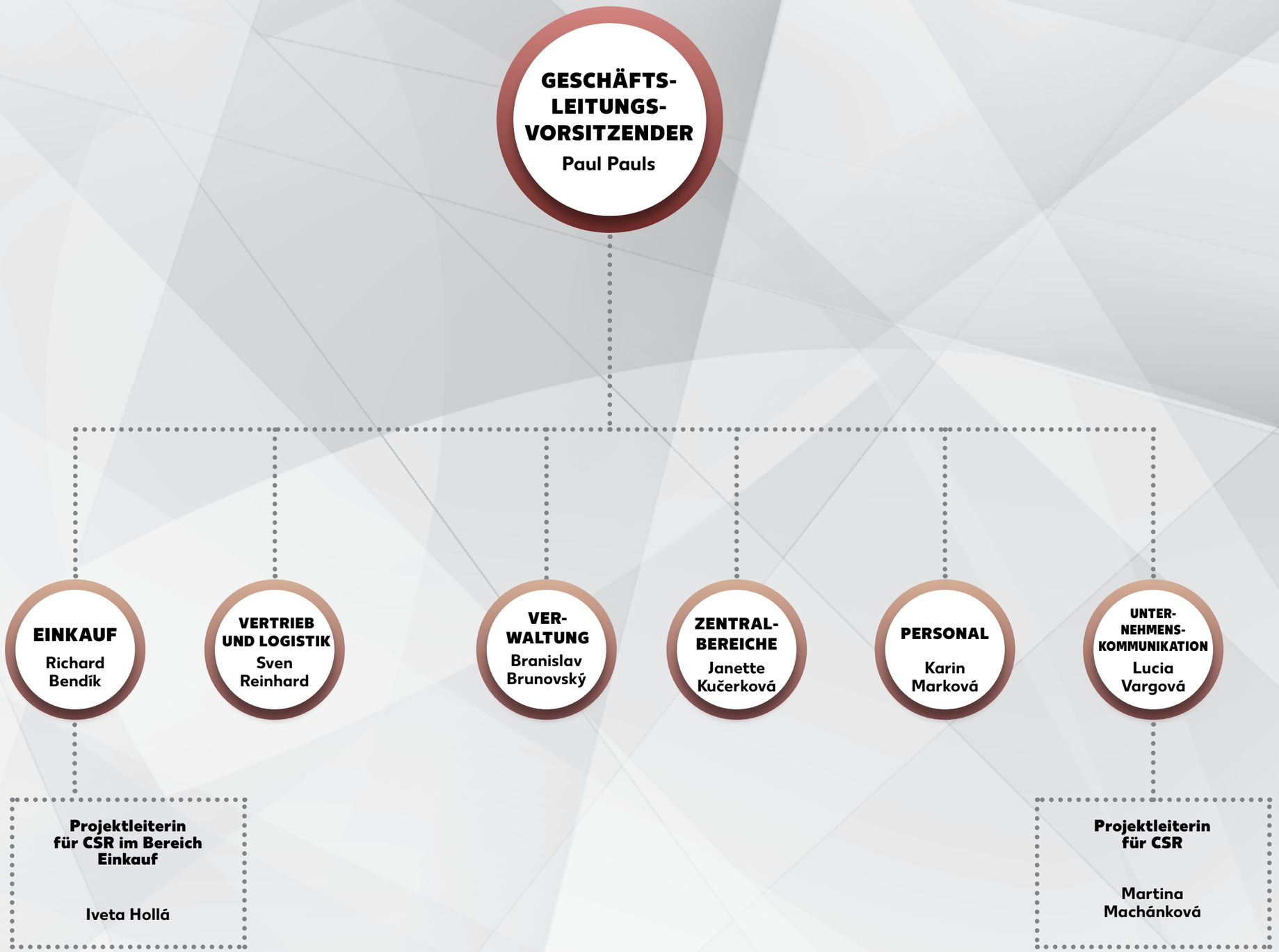
ORGANISATIONSSTRUKTUR[16]

Für eine systematische Ausarbeitung der Nachhaltigkeitsthemen in unserem Betrieb ist unmittelbar die Geschäftsführung von Kaufland Slovenská republika v.o.s verantwortlich. Mit Unterstützung von einem breit aufgestellten CSR-Team sorgt unsere Leitung für die Übereinstimmung der Themen mit dem Hauptgeschäftszweck der Gesellschaft:

» Die Hauptverantwortung für all unsere Nachhaltigkeitsziele und Aktivitäten trägt der Geschäftsleitungsvorsitzender der Gesellschaft, Paul Pauls.

» Für die Umsetzung der CSR-Strategie und die darauf bezogene Kommunikation mit unseren Stakeholdern ist die Abteilung Unternehmenskommunikation zuständig, in der es auch einen Projektleiter für CSR gibt.

» Die Vertreter der jeweiligen Bereiche und die Nachhaltigkeitsexperten sind Teil einer CSR-Projektgruppe innerhalb unserer Gesellschaft, um sich regelmäßig über die Nachhaltigkeitstrends und Herausforderungen austauschen zu können. Für die Organisation ihrer Treffen sowie für die Kommunikation über die CSR-bezogene Themen und Fragen ist unser Projektleiter für CSR zuständig, der eine Brücke zwischen der internationalen Muttergesellschaft und unseren Mitarbeitern darstellt. Alle innerhalb der CSR-Projektgruppe vereinbarten Maßnahmen und Ziele werden anschließend der Geschäftsleitung vorgestellt.[17]



[16] GRI 102-18
[17] GRI 102-18, GRI 102-19, GRI 102-20

MITGLIEDSCHAFT IN ORGANISATIONEN

INDUSTRIEVERBÄNDE UND INITIATIVEN[18]

AHK Deutsch-Slowakische Industrie- und Handelskammer
Slovensko-nemecká obchodná a priemyselná komora

2013

SAMO
SLOVENSKÁ ALIANCIA MODERNÉHO OBCHODU

2014

INICIATÍVA PRE FÉROVÝ OBCHOD
Spoločne za správne obchodné praktiky

2018

aico
The Association for Internal Communications

CSR-VERBÄNDE UND INITIATIVEN[19]

2014

Fond pre transparentné Slovensko

2014

Business Leaders Forum

2018

Charta diverzity SLOVENSKO

[18] GRI 102-13
[19] GRI 102-12

AUSZEICHNUNGEN

Slovak Superbrands Award 2019

Im Rahmen des Programms Superbrands zeichnet jedes Jahr eine Expertenkommission (Brand Council) führende Marken aus, die als Vorbild der erfolgreichen Entwicklung und kontinuierlichen Werterhöhung einer Marke dienen. Im 2019 wurde die Auszeichnung bereits zum vierten Mal in Folge uns verliehen.

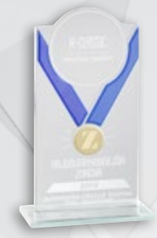
Hermes 1. Platz

in der Kategorie Gesellschaftliche Verantwortung für das Projekt Frische Köpfe

Hermes 2. Platz

in der Kategorie Handelsketten

Vertrauenswürdigste Privatmarke 2019



In der Kategorie Eigenmarke wurde im Jahre 2019 die Eigenmarke K-Classic zum vierten Mal zur zuverlässigsten Marke erklärt.

Betriebsmedium des Jahres 2018 / 2. Platz

in der Kategorie Betriebsbroschüre und Flugblatt für das Projekt Weihnachtsbroschüre

Betriebsmedium des Jahres 2018 / 3. Platz

in der Kategorie Viral für das Projekt Rezepte von Persönlichkeiten Aus Liebe zur Tradition

Top Employer Slovensko 2019

Das Top Employers Institute ist eine globale Zertifizierungsgesellschaft, die Arbeitgeber auswählt, die sich durch Mitarbeiterorientiertheit auszeichnen und ihrer Belegschaft die Weiterentwicklung ermöglichen.

top EMPLOYER SLOVENSKO 2019
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

top EMPLOYER EUROPE 2019
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Lucia Vargová
Leiterin der Unternehmenskommunikation

„Wir sind uns unserer Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt bewusst. Nur durch ständige Verbesserung und Einhaltung von Nachhaltigkeitsprinzipien können wir vorankommen und ein verantwortlicher Partner und Arbeitgeber werden. Mit unseren täglichen Entscheidungen und Tätigkeiten tragen wir zur Verbesserung in diesen Bereichen bei und glauben, dass Machen gerade den Unterschied macht. Das in der „Erklärung über Umwelt und Entwicklung aus der Klimakonferenz in Rio de Janeiro im 1992" verankerte Vorsorgeprinzip ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.[20]"

[20] GRI 102-11

UNSERE WERTE UND VERSPRECHEN

Durch unser verantwortungsvolles Verhalten wollen wir als internationale Handelsgesellschaft, sowohl unseren Mitarbeitern als auch der breiten Öffentlichkeit gegenüber, mit gutem Beispiel vorangehen. Wir setzen auf drei Unternehmenswerte, denen wir unser Handeln unterordnen und mit deren Hilfe wir unsere gemeinsamen Ziele erreichen:

LEISTUNG

Unsere Leistung ist das entscheidende Fundament für unseren Erfolg. Er erfordert Taten, Zielstrebigkeit, Mut und Leidenschaft. Das gilt für jeden Einzelnen und für das gesamte Team.

DYNAMIK

Dynamik ist die Kraft, mit der wir Gutes verbessern und Neues gestalten. Sie setzt die Bereitschaft und Fähigkeit zu Veränderung sowie die entschlossene Übernahme von Verantwortung voraus. Darin liegt unsere Stärke bei der Verwirklichung.

FAIRNESS

Fairness beruht auf Wertschätzung und Respekt. Sie ist eine wesentliche Säule für unsere vertrauensvolle Zusammenarbeit. Mit ihr erreichen wir konsequent unsere Ziele.

UNTERNEHMENSGRUNDSÄTZE

Eine Grundlage für unsere tägliche Arbeit stellen unsere Unternehmensgrundsätze dar. Sie sollen uns beim Erfüllen unseres Zieles helfen, für unsere Kunden, Mitarbeiter, die Gesellschaft und die Umwelt einen Mehrwert zu schaffen.

- **Die Kundenzufriedenheit prägt unser Handeln.**
- **Ein überlegenes Preis-Leistungs-Verhältnis bestimmt unsere Marktposition.**
- **Wir wachsen weiter durch Expansion und durch ständige Verbesserung in unseren Märkten.**
- **Als filialisierendes Unternehmen arbeiten wir mit System.**
- **Kurze Entscheidungswege und einfache Arbeitsabläufe sichern unseren Erfolg.**
- **Wir halten uns an geltendes Recht und interne Richtlinien.**
- **Wir übernehmen in unserem täglichen Handeln ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung.**
- **Fairness ist ein Gebot gegenüber jedermann im Unternehmen.**
- **Wir achten und fördern uns gegenseitig.**
- **Vereinbarungen werden in einem Klima des Vertrauens eingehalten.**
- **Lob, Anerkennung und Kritikfähigkeit bestimmen in der täglichen Arbeit unser Betriebsklima.**
- **Wir umgeben uns mit „starken" Mitarbeitern – die Stellvertretung je Bereich ist gesichert.**

Unsere Priorität ist eine kontinuierliche Verbesserung, welche nur mit motivierten Angestellten zu erreichen ist. Unsere über 7.000 Mitarbeiter in der Slowakei beteiligen sich daran, unser Ziel – die Befriedigung der Kundenbedürfnisse - zu erreichen. Aus der jährlichen Umfrage Original CX von KPMG im Jahr 2019 geht hervor, dass die Kunden den größten Wert auf eine angenehme Umgebung mit einem breiten, ihren Erwartungen entsprechenden Sortiment, faires und transparentes Verhalten sowie Authentizität der ihrer Lebensweise entsprechenden Unternehmensphilosophie legen. Das bestätigt, dass wir die Unternehmenswerte und Visionen im Umgang mit Kunden glaubwürdig verkörpern.[21]

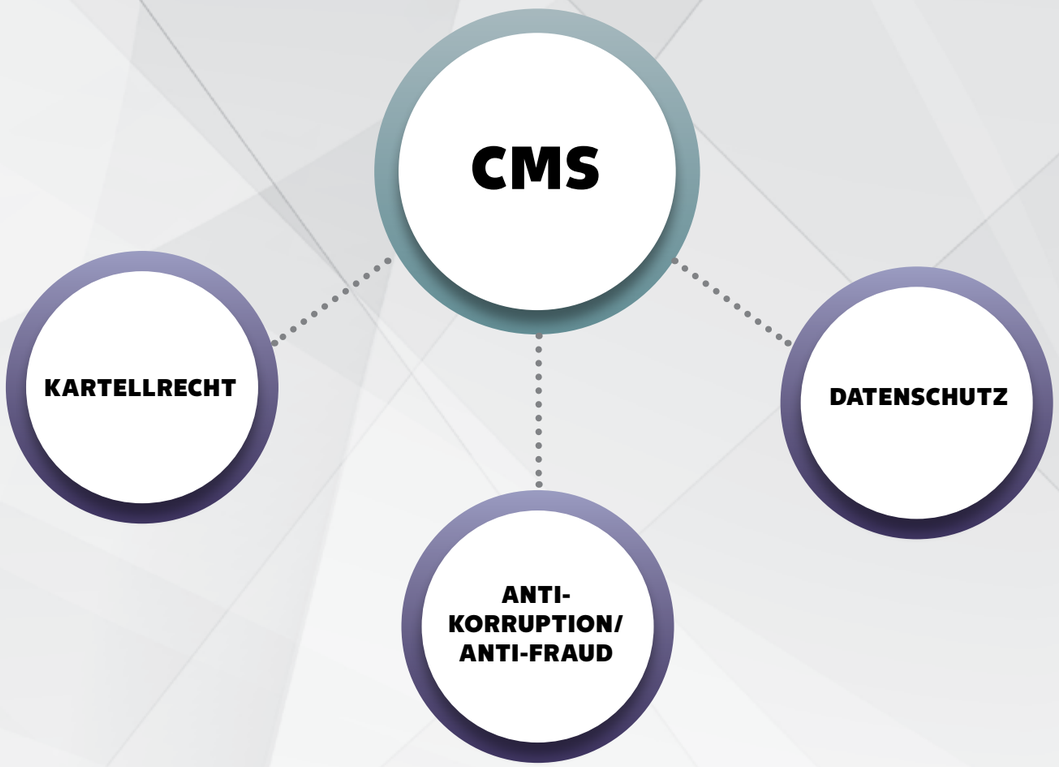
[21] GRI 102-16

Verantwortungsbewusstes Verhalten und die Einhaltung aller geltenden Verordnungen und Standards, ein fairer Ansatz und die Achtung der Rechte und Pflichten in allen Bereichen sind das Alfa und Omega unseres Unternehmens. Wir folgen diesen Grundsätzen nicht nur als Unternehmen, sondern fordern dieses Verhalten auch von unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern in der Slowakei.

Verstöße gegen geltendes Recht können finanzielle Schäden und Reputationsverluste nach sich ziehen. Ferner können derartige Verstöße zu persönlichen Schadensersatzforderungen und strafrechtlichen Konsequenzen für einzelne Mitarbeiter und/oder Organmitglieder des Unternehmens führen. Das Handeln des Unternehmens und seiner Mitarbeiter steht daher unter dem Grundsatz: **„Wir halten uns an geltendes Recht und interne Richtlinien".**

Hierbei handelt es sich um einen zentralen Unternehmensgrundsatz, der für sämtliche Mitarbeiter verbindlich ist. Vor diesem Hintergrund hat das Unternehmen ein **Compliance Management System (CMS)** implementiert. Die CMS-Vorgaben geben bestimmte Anforderungen und Elemente vor, um ein angemessenes Compliance - Niveau sicherzustellen. Wesentlicher Bestandteil des CMS ist, dass Verstöße gegen geltendes Recht und interne Richtlinien vermieden werden sollen und identifizierte Verstöße konsequent verfolgt und geahndet werden („Null-Toleranz-Prinzip").

Zu den Maßnahmen des CMS zählen insbesondere der Erlass und die Kommunikation von Regelungen (z.B. Regelungen zum Umgang mit Zuwendungen sowie Datenschutzregeln), die Durchführung von Schulungsmaßnahmen sowie die Verfolgung sämtlicher interner und externer Hinweise auf mögliche Rechtsverstöße. Die für Compliance verantwortlichen Stellen des Unternehmens prüfen die Wirksamkeit der vorstehend beschriebenen Maßnahmen. Zudem gehen sie internen und externen Hinweisen auf Compliance-Verstöße nach und klären diese auf.[22]



[22] GRI 102-17

Gemeinsam mit unseren Partnern setzen wir uns für das Wohl unserer Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt ein und binden unsere Kunden aktiv in diesen Prozess ein. Wir suchen nach innovativen Wegen, wie wir als verantwortungsvolles Einzelhandelsunternehmen unseren Einfluss kontinuierlich steigern können. **Wir bemühen uns, Effizienz und Nachhaltigkeit in allen Gebieten unserer Tätigkeit zu fördern und legen strategische Ziele in 7 Themenfeldern der gesellschaftlichen Verantwortung fest:**

GESUNDE ERNÄHRUNG

Wir stehen für eine gesunde Lebensweise – insbesondere für eine gute Ernährung. Deshalb unterstützen wir unsere Kunden bestmöglich bei ihrem bewussten Einkauf.

HEIMAT

Wir bieten ein großes Sortiment an heimischen Produkten an und arbeiten eng mit regionalen und nationalen Lieferanten und Herstellern zusammen. Darüber hinaus engagieren wir uns in der Gemeinde, in der wir tätig sind.

MITARBEITER

Wir schaffen ein Arbeitsumfeld, welches das Potenzial unserer Mitarbeiter unterstützt, ihre Weiterentwicklung fördert und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ermöglicht.

TIERWOHL

Wir engagieren uns für das Tierwohl und entwickeln unermüdlich neue Standards in diesem Bereich. Damit treten wir für eine verantwortungsvollere Tierhaltung ein.

LIEFERKETTE

Wir verpflichten uns zu lauteren Geschäftspraktiken, Transparenz, guten Arbeits- und Lebensbedingungen sowie zu umweltbewusstem Verhalten.

NATUR

Wir treten für den Schutz der Artenvielfalt ein und sind uns des Plastikmüll-Problems und verantwortungsvoller Umgang und Einsatz von Kunststoffen in Verpackungen bewusst.

KLIMA

Mit natürlichen Ressourcen wirtschaften wir verantwortungsvoll und effizient, um dadurch unsere Energieeffizienz immer weiter zu steigern. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

ENTSTEHUNGSPROZESS DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS

Damit dieser Nachhaltigkeitsbericht sämtlichen GRI-Ansprüchen an Inhalt und Qualität gerecht wird, sind seiner Erstellung mehrere Schulungen für den Projektleiter für CSR, inklusive einer spezialisierten Schulung zu GRI-Standards in Deutschland, vorausgegangen. Mit der Einhaltung der GRI-Berichterstattungsprinzipien während der Datenerhebung und der Niederschrift des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts half uns die Stiftung Pontis.[23]

I.

Präsentation des **Verantwortungs-modells** und der 16 Ausgangsthemen für Projektleiter für CSR.

II.

Schulung zu GRI-Standards für unseren Projektleiter für CSR.

III.

Externe Stakeholder-Analyse - 4 Gruppen interessierter Parteien:
- Kunden (Online-Befragung)
- Mitarbeiter (Intranet-Befragung)
- Lieferanten und Gemeinnütziger Sektor (Online-Befragung)
- Staatlicher und öffentlicher Sektor (Einschätzung Politik auf EU-Level)

IV.

Beurteilung des Einflusses der Gesellschaft Kaufland in einzelnen Themen und die interne Impact-Analyse im Rahmen CSR-Workshop für die Gesellschafts führung.

V.

Bewilligung der Wesentlichkeits-matrix durch den Geschäfts-leitungsvorsitzender der Gesellschaft Paul Pauls und die Geschäftsleitung.

JUNI 2018

NOVEMBER 2018

NOVEMBER 2019

FEBRUAR 2020

[23] GRI 102-46

VERANTWORTUNGSMODELL

Die Verantwortung, die wir gegenüber unseren Stakeholdern und ihren Erwartungen verspüren, hat unser Mutterunternehmen zur Definition des grundlegenden und für alle Länder gleichen Inhalts dieses Berichts motiviert. Die Muttergesellschaft identifizierte 16 Ausgangsthemen.[24]

- innerhalb des direkten Einflussbereichs von Kaufland
- außerhalb des direkten Einflussbereichs von Kaufland

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Gesellschaftliches Engagement für Mensch und Umwelt

SORTIMENTSGESTALTUNG

Förderung heimischer Produkte

Ausbau des nachhaltigen Sortiments

Ausbau des gesunden Sortiments

BETRIEBLICHE ABLÄUFE

Verantwortungsvoller Arbeitgeber

Betrieblicher Umweltschutz

PRODUKTION

Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette

Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen

Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Produktion/Lieferkette

Ausschluss von Tierquälerei und Tierversuchen

Nachhaltige Landwirtschaft

LOGISTIK

Grüne Logistik

POINT OF SALE

Kundenservice und Sensibilisierung für gesunde Ernährung, Lebensmittelverschwendung, Vermeidung von Plastik u. ä.

Umweltfreundliche Verpackungen

Transparenz am Point of Sale

VERWERTUNG UND RECYCLING

Vermeidung von Lebensmittelabfällen (in Haushalten)

[24] GRI 102-46

KOMMUNIKATION MIT STAKEHOLDERN

Unter unseren Stakeholdern, verstehen wir Einzelpersonen, Gruppen von Menschen oder Organisationen, welche auf unsere Aktivitäten, Ziele und Politik einen Einfluss haben. Die Kommunikation mit Stakeholdern verläuft beidseitig. Sowohl der Geschäftsleitungsvorsitzender als auch der Leiter der Unternehmenskommunikation und der Projektleiter für CSR treffen sich während des Jahres regelmäßig mit den von uns unterstützten Bürgerverbänden und gemeinnützigen Vereinigungen z. B. Slowakisches Rotes Kreuz (Slovenský červený kríž) oder Lächeln als Geschenk (Úsmev ako dar). Bei regelmäßigen Treffen führen sie einen Dialog mit den Schlüsselpartnern im Lebensmittelsektor, wie beispielsweise der Slowakischen Allianz für modernen Handel (Slovenská aliancia moderného obchodu), der Initiative für fairen Handel (Iniciatíva pre férový obchod), der Lebensmittelkammer der Slowakei (Potravinárska komora Slovenska) und dem Ministerium für Landwirtschaft und Entwicklung des ländlichen Raums der Slowakei (Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR).

Unsere Partner geben uns laufend Rückmeldung. Dank ihrer wertvollen Anmerkungen können wir unsere Projekte verbessern und dort, wo es notwendig ist, helfen. Über unsere CSR-Aktivitäten und Projekte kommunizieren wir aktiv in Form von persönlichen Gesprächen, über das Intranet, mit Prospekten und Plakaten am Point of Sale und durch Pressemitteilungen.[25]

Aufgrund einer Analyse der unternehmerischen Tätigkeit der Gesellschaft und einer qualifizierten Schätzungdes internationalen CSR-Teams haben wir vier Schlüsselgruppen interessierter Parteien (Stakeholder) definiert, deren Meinungen bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts zu berücksichtigen sind.[26]

[25] GRI 102-21, GRI 102-43
[26] GRI 102-42
[27] GRI 102-40, GRI 102-43

UNSERE WICHTIGSTEN PARTNER UND INSTRUMENTE ZUR KOMMUNIKATION MIT IHNEN[27]

INTERN

MITARBEITER

- Intranet Connect
- Gesundheitskalender
- Wandzeitungen, Ständer, Plakate und Flugblätter
- CSR Projektgruppe
- Schulungen
- Informationstag für neue Mitarbeiter
- Vertrauenspersonen

EXTERN

KUNDEN | LIEFERANTEN | NGOs | STAATLICHER UND ÖFFENTLICHER SEKTOR | MEDIEN | BANKEN

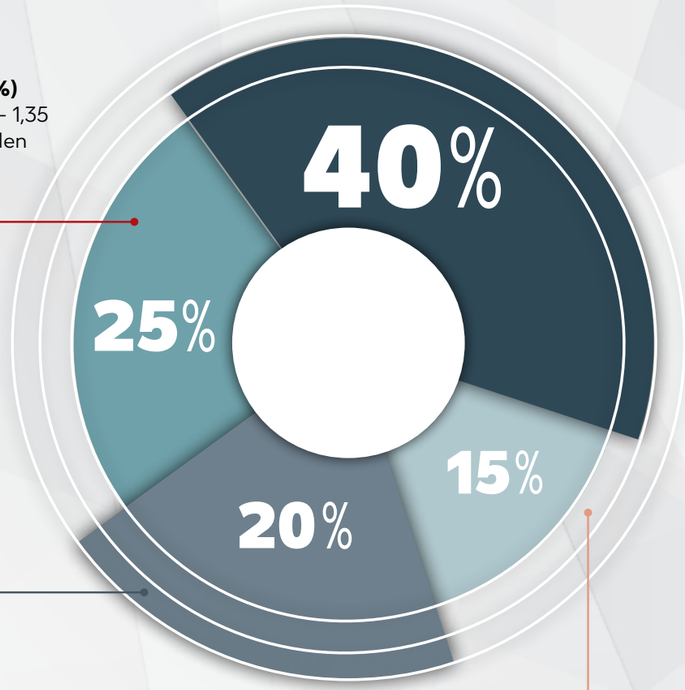
- Prospekte
- Newsletter
- Kaufland-App
- Plakate am Point of Sale (POS)
- Webseite www.kaufland.sk
- Soziale Medien
- Pressemitteilungen und Pressekonferenz
- Kundenservice
- Interessenvereinigungen und Gruppen, deren Mitglied wir sind
- Persönliche Treffen und Gespräche

EXTERNE STAKEHOLDER-ANALYSE UND IHRE ERGEBNISSE

Wichtigste Themen nach einzelnen Stakeholder-Gruppen (auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 die höchste Wichtigkeit bedeutet):[28]

Kunden (1 400 Befragte, Gewichtung von 40 %)
- Förderung heimischer Produkte – 1,66
- Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen – 1,66
- Nachhaltige Landwirtschaft – 1,73
- Umwelt, klima- und ressourcenschonende Produktion/Lieferkette – 1,77
- Verantwortungsvoller Arbeitgeber – 1,80

Mitarbeiter
(254 Befragte, Gewichtung von 25 %)
- Verantwortungsvoller Arbeitgeber – 1,35
- Vermeidung von Lebensmittelabfällen (in Haushalten) – 1,47
- Förderung heimischer Produkte – 1, 51
- Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen – 1,53
- Nachhaltige Landwirtschaft – 1,53



Staatlicher und öffentlicher Sektor (Einschätzung Politik auf EU-Level, Gewichtung 20%)
- Umweltfreundliche Verpackungen – 1,20
- Förderung heimischer Produkte – 1,50
- Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette – 1,50
- Transparenz am Point of Sale – 1,67
- Gesellschaftliches Engagement für Mensch und Umwelt – 1,75

Lieferanten (95 Befragte, Gewichtung von 15 %)
- Förderung heimischer Produkte – 1,55
- Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen – 1,63
- Vermeidung von Lebensmittelabfällen (in Haushalten) – 1,63
- Nachhaltige Landwirtschaft – 1,66
- Verantwortungsvoller Arbeitgeber – 1,77

[28] GRI 102-44

RESULTIERENDE WESENTLICHKEITSMATRIX

Das Ergebnis der internen und externen Stakeholder-Analyse wird in der endgültigen Wesentlichkeitsmatrix zusammengefasst, welche die Meinungen aller Schlüssel-Stakeholder darstellt. Die X-Achse der Matrix stellt die Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit der Gesellschaft auf die nachhaltige Entwicklung im Rahmen der jeweiligen CSR-Themen dar. Die Y-Achse bildet die Wesentlichkeit der Themen für die wichtigsten interessierten Parteien ab. Die Themen, welche hohe Werte auf beiden Achsen erreichen (rechter oberer Quadrant) sind in Bezug auf Nachhaltigkeit für die Gesellschaft Kaufland am wichtigsten und werden deshalb auch im vorliegenden Bericht behandelt.[29]

[29] GRI 102-46

LISTE WESENTLICHER THEMEN, WELCHE DIESER BERICHT BEINHALTET[30]

PRODUKTION

Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette

Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen

SORTIMENTS-GESTALTUNG

Förderung heimischer Produkte

Ausbau des gesunden Sortiments

POINT OF SALE

Umweltfreundliche Verpackungen

BETRIEBLICHE ABLÄUFE

Verantwortungsvoller Arbeitgeber

Betrieblicher Umweltschutz

GESELLSCHAFT-LICHES ENGAGEMENT

Gesellschaftliches Engagement für Mensch und Umwelt

[30] GRI 102-46

PRODUKTION

Das Sortiment einer slowakischen Kaufland - Filiale kann bis zu 20 000 Produkte umfassen. Die Tatsache stellt uns allerdings vor eine Herausforderung in Form einer komplexen globalen Wertschöpfungskette.
Eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern und gemeinsame Fortschritte auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit stehen deshalb ganz oben auf unserer Aufgabenliste. Faire Geschäftspraktiken, Transparenz, gute Arbeits- und Lebensbedingungen, Einhaltung der Menschenrechte sowie Umweltschutz stellen die Werte dar, nach welchen wir in unserer Wertschöpfungskette streben. So setzen wir die Etablierung unserer Normen in der gesamten Lieferkette durch.

Richard Bendík
Einkaufsdirektor

„Unsere Priorität ist es, den Kunden hochwertige Produkte zu günstigen Preisen anzubieten. Dies können wir nur durch eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten gewährleisten. Unser Geschäftsmodell setzt deshalb auf langfristige, nachhaltige Beziehungen mit unseren Lieferanten. Unsere Lieferanten und deren Produkte werden daher anhand strenger Kriterien ausgewählt. Dabei müssen sowohl die nationalen Vorschriften als auch die internen Richtlinien, der Verhaltenskodex und nachhaltige Grundsätze beachtet werden. Eine Zusammenarbeit mit Lieferanten, die unsere Standards nicht einhalten und Nachhaltigkeit nicht unterstützen, kommt für uns nicht in Frage. Für die Mitarbeiter der Zulieferer wurde ein Online - Meldesystem BKMS eingeführt, das allen Angestellten die Möglichkeit gibt, ihre Beschwerden über Verletzungen unserer Prinzipien oder unseres Verhaltenskodex anonym zu melden.“

Für einen Vertragsabschluss mit einem Lieferanten ist der entsprechende Einkäufer zuständig. Im Sinne des Vier-Augen-Prinzips wird der Vertrag immer auch von dessen Vorgesetzten, d. h. dem Leiter des betroffenen Bereichs, unterzeichnet. Unsere Einkäufer werden regelmäßig geschult und dahin geführt, Verträge lediglich gemäß unseren Prinzipien und Zielen abzuschließen. Zurzeit sind bei uns 19 Einkäufer tätig. Jeder Einkäufer ist für eine entsprechende Warengruppe verantwortlich, die in einen der folgenden Einkaufsbereiche fällt: Frische (frische Waren), Food (Dauerwaren), NonFood (Non-Food-Waren). Die Bereichsleiter sind gegenüber dem Einkaufsdirektor rechenschaftspflichtig.[31]

[31] GRI 103

SOZIALSTANDARDS, ARBEITS- UND LEBENSBEDINGUNGEN IN DER PRODUKTION UND LIEFERKETTE

Die Übernahme von Umwelt - und sozialer Verantwortung beeinflusst nicht nur unser alltägliches Handeln, sondern auch unsere Erwartungen gegenüber unseren Geschäftspartnern, von denen wir die gleiche Verantwortungsbereitschaft erwarten. Neben dem eigenen Verhaltenskodex haben wir als Mitglied der Initiative für fairen Handel auch weitere Verpflichtungen. Die Initiative wurde von der Slowakischen Allianz für modernen Handel und der Lebensmittelkammer Slowakei gegründet und verpflichtet uns zur Einhaltung der Prinzipien ordnungsgemäßer Geschäftspraktiken, zu fairen Praktiken innerhalb der ganzen Lieferkette sowie zu einer korrekten Lösung aller eventuellen Konflikte.[32]

In Bezug auf Nachhaltigkeit innerhalb der Lieferkette sind uns die folgenden Punkte am wichtigsten:

1. Die Wettbewerbsbedingungen müssen im gesamten europäischen und internationalen Kontext fair ausgestaltet sein. Daher bedarf es Regelungen und Standards, die international verbindlich gelten.

2. Verbindliche Regelungen müssen für alle Wertschöpfungsketten gleichermaßen anwendbar sein. Die Prozesse zur Erfüllung von Sorgfaltspflichten müssen beispielsweise für die Kaffeelieferkette genauso praktikabel sein, wie für die Textillieferkette.

3. Die Grenzen der Sorgfaltspflichten sollten immer die tatsächlichen wirtschaftlichen Einflussmöglichkeiten und juristischen Durchgriffsmöglichkeiten eines Unternehmens entlang der Liefer- und Wertschöpfungskette darstellen.

4. Jedes Glied in der Wertschöpfungskette muss seiner Verantwortung gerecht werden und die Menschenrechte achten. Ein Verstoß darf nicht ohne Konsequenzen bleiben, denn kein Unternehmen darf Profit auf Kosten von Menschen machen.

5. Wir brauchen Lösungen, die es Menschen in Herkunftsländern erlauben, ein Leben in Würde und in einer intakten Umwelt zu verbringen.

[32] GRI 103

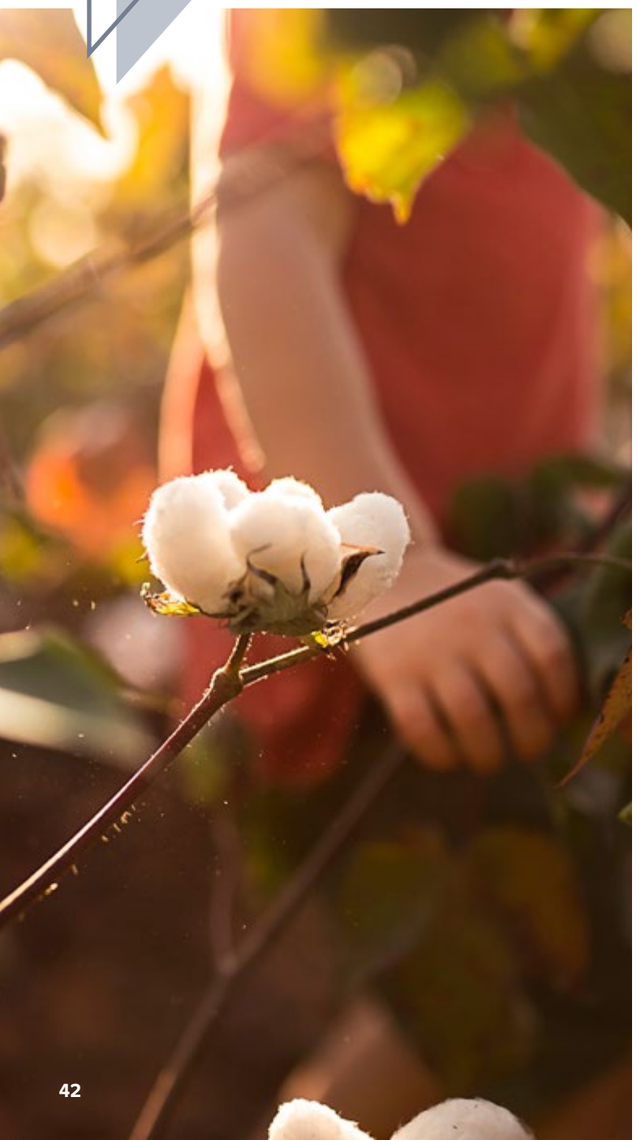
FREIWILLIGE SELBSTVERPFLICHTUNG ZU EXISTENZSICHERNDEN EINKOMMEN UND LÖHNEN

Viele Menschen in Entwicklungsländern erhalten bislang keinen angemessenen Lohn beziehungsweise kein angemessenes Einkommen für ihre geleistete Arbeit. Wir wollen dazu beitragen, Bauern - und Arbeiterfamilien in globalen Lieferketten einen menschenwürdigen Lebensstandard zu ermöglichen. Da dies nicht im Alleingang geht, haben wir uns auf internationaler Ebene mit weiteren Unternehmen des Einzelhandels auf eine einheitliche Zielsetzung verständigt.

Als existenzsichernd gilt ein Nettohaushaltseinkommen, das unter menschenwürdigen Arbeitsbedingungen verdient wird und ausreicht, um allen Familienmitgliedern einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen und für unerwartete Ereignisse vorzusorgen. „Existenzsichernder Lohn" bezieht sich dabei auf einen Vertragsarbeiter, etwa in einer Fabrik oder auf einer Plantage, „existenzsicherndes Einkommen" bezieht sich auf einen selbstständigen Kleinbauern oder Kleinunternehmer.

VERHALTENSKODEX

Seit 2011 verpflichten wir unsere Geschäftspartner zur Einhaltung des Verhaltenskodex **„Code of Conduct". Als eine internationale Gesellschaft treten wir für die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen und Sozialstandards nicht nur bei uns, sondern innerhalb der ganzen Lieferkette ein.** Keiner unserer Lieferanten darf sich an Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder an einer anderen Form der Ausbeutung beteiligen. Sämtliche unsere Geschäftspartner sind zur Einhaltung des „Verhaltenskodex für Geschäftspartner der Gesellschaft Kaufland" verpflichtet.[33]



Der Verhaltenskodex stützt sich auf die folgenden internationalen Normen und Richtlinien:

INTERNATIONALE ARBEITSORGANISATION (ILO)

ALLGEMEINE ERKLÄRUNG DER MENSCHENRECHTE DER UN

ÜBEREINKOMMEN ÜBER DIE RECHTE DES KINDES DER UN

PRINZIPIEN DES UN GLOBAL COMPACT

OECD-LEITSÄTZE FÜR MULTINATIONALE UNTERNEHMEN

Der Verhaltenskodex ist verbindlich auch für die vertraglichen Subunternehmer unserer Geschäftspartner, welche sich an der Herstellung der Produkte oder an der Erbringung der Dienstleistungen für unsere Gesellschaft beteiligen. Die zu erfüllenden Mindestanforderungen kommen in den folgenden Prinzipien zum Ausdruck.

[33] GRI 408-1, GRI 409-1

1. EINHALTUNG DER GESETZE

Internationale Vorschriften und Gesetze, Rechtsvorschriften, welche im Land der Geschäftstätigkeit verbindlich sind, sektorale Mindeststandards, die IAO - und UN - Übereinkommen sowie alle anderen relevanten gesetzlichen Bestimmungen müssen beachtet werden.

2. DISKRIMINIERUNG (ÜBEREINKOMMEN DER ILO NR. 100, 111, 158, 159)

Jegliche Form von Diskriminierung sowohl während des Einstellungsprozesses als auch während der Beschäftigung ist verboten.

3. ZWANGSARBEIT UND DISZIPLINARMASSNAHMEN (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 29, 105)

Zwangsarbeit ist verboten. Dies bedeutet, dass jegliche Arbeitsverhältnisse, bei denen die Arbeitsleistung durch Gewalt oder Androhungen erzwungen wird (wie z. B. Sklaverei, Schuldentilgung, Leibeigenschaft), verboten sind.

4. KINDERARBEIT (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 79, 138, 142, 182, EMPFEHLUNG DER IAO NR. 146)

Kinderarbeit wird nicht toleriert. Das Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung darf nicht unter dem Alter liegen, an dem die Schulpflicht endet, und auf keinen Fall unter 15 Jahren, bzw. 14 Jahren, wenn dies nach innerstaatlichem Recht in Bezug auf das Übereinkommen der IAO Nr. 138 zulässig ist.

5. VEREINIGUNGSFREIHEIT UND RECHT AUF KOLLEKTIVVERHANDLUNGEN (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 87, 98, 135, EMPFEHLUNG DER IAO NR. 143)

Mitarbeiter haben das Recht, eine Vereinigung zum Schutz der Interessen von Angestellten nach eigener Wahl zu gründen oder sich einer solchen Vereinigung anzuschließen. Das Recht auf Kollektivverhandlungen muss akzeptiert werden.

6. ARBEITSZEIT UND ARBEITSVERTRÄGE (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 1, 14)

Die einschlägigen innerstaatlichen Gesetze und die sektoralen Normen, welche sich auf die Arbeitszeit beziehen, sind einzuhalten. Die wöchentliche Arbeitszeit darf die gesetzlich festgelegte Stundenanzahl nicht überschreiten. In der Regel dürfen von Mitarbeitern nicht mehr als 48 Arbeitsstunden, bzw. nicht mehr als 60 Arbeitsstunden inklusive Überstunden, verlangt werden.

7. VERGÜTUNG (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 26, 131)

Die ausgezahlte Vergütung muss den gesetzlichen oder sektoralen Mindestnormen entsprechen und die geleistete Arbeit eines Mitarbeiters muss regelmäßig und in voller Höhe entlohnt werden. Entgeltabzüge als Sanktionsmaßnahme sind verboten.

8. ARBEITSSCHUTZ UND ARBEITSUMWELT (ÜBEREINKOMMEN DER IAO NR. 155)

Der Geschäftspartner muss sicherstellen, dass die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz nicht gefährdet werden.

9. UMWELTSCHUTZ

Sämtliche innerstaatlichen Gesetze und einschlägigen Verordnungen zum Umweltschutz müssen eingehalten werden. Die geltenden Praktiken und Normen sind im Besonderen bei der Behandlung von Abfällen, dem Umgang mit gefährlichen Chemikalien und Stoffen sowie bei Fragen der Emissionen und des Gewässerschutzes anzuwenden.

10. KORRUPTION

Grundlage jeglicher geschäftlichen Beziehung sind ethisch korrektes Verhalten und die Einhaltung der geltenden innerstaatlichen und internationalen Rechtsvorschriften und Normen. Korruption, Bestechung oder Veruntreuung jeglicher Art sind verboten.

Jeder Geschäftspartner muss die Durchsetzung und Einhaltung der Prinzipien, welche in diesem Verhaltenskodex verankert sind, durch entsprechende überprüfbare Maßnahmen im eigenen Unternehmen sicherstellen.

RISIKOANALYSE BEI GLOBALEN LIEFERKETTEN

Der Bereich CSR International bewertet kontinuierlich das potenzielle und reale Risiko von Menschenrechtsverletzungen in den globalen Lieferketten. Anhand von international anerkannten Studien, Indizes und Entwicklungen – unter anderem Transparency International, Failed State Index, Korruption, Kinderarbeit – beurteilen wir, in welchen Produktionsländern die Gefahr einer Verletzung der Menschenrechte am größten ist.

Durch diese Analyse sind wir zu dem Ergebnis gekommen, dass vor allem Länder in Südostasien, Afrika und Lateinamerika besonders risikoreich sind und dort menschenrechtliche Verstöße am häufigsten vorkommen. **In diesen Ländern sind unsere Lieferanten von Textilien und Argrarrohstoffen wie Obst und Gemüse inkl. Blumen und Pflanzen tätig. Daher wird hier besonderen Wert auf die Beachtung der Sozialstandards und des Verbotes von Kinder- und Zwangsarbeit gelegt.** Die gleichen Standards gelten auch für alle unseren Filialen in der Slowakei, die allerdings unter dem Aspekt der Zwangs-, bzw. Kinderarbeit nicht als Risikoland klassifiziert wird.[34]

[34] GRI 408-1, GRI 409-1
[35] GRI 414-1

PROGRAMM DER SOZIALAUDITS

Alle neuen Geschäftspartner müssen unseren Verhaltenskodex unterzeichnen, eine anfängliche Kontrolle der Einhaltung der Sozialstandards (sog. Sozial-Screening) wird jedoch nicht durchgeführt. Um die Einhaltung der genannten Standards sicherzustellen und aufrechtzuerhalten, werden regelmäßige Überprüfungen von internen sowie externen Prüfern durchgeführt. Die Geschäftspartner werden im Hinblick auf ihr Risikopotenzial bewertet, zum Beispiel, wenn ein Land als Risikoland oder eine Branche als Risikobranche klassifiziert werden. Dabei konzentrieren wir uns auf die Bewertung eines konkreten Herstellers unserer Eigenprodukte. Werden bei den Kontrollen Mängel festgestellt, ergreifen wir gemeinsam mit den Lieferanten entsprechende Maßnahmen und begleiten die Zulieferer auch bei deren Durchsetzung. Im Geschäftsjahr 2020 führten wir auf internationaler Ebene

389

Sozialkontrollen bei unseren Lieferanten von Non-Food-Waren in Asien durch[35]

ONLINE-MELDESYSTEM BKMS

Von unseren Geschäftspartnern bis hin zur Näherin in Bangladesch – alle haben die Möglichkeit, sich mittels unseres Online-Meldesystems BKMS zu beschweren.

Das Online-Meldesystem bietet die Möglichkeit, unter dem Schwerpunkt „Verstöße gegen Menschenrechte, Sozial- und Umweltstandards" rund um die Uhr (24/7) auf mögliche Compliance-Verstöße hinzuweisen. Das System ermöglicht es Betroffenen oder Beobachtern, mögliche Verstöße gegen Menschenrechte vertraulich zu melden. Das Online- Meldesystem gibt es in mehr als 25 Sprachen und ist damit für möglichst viele potenziell Betroffenen zugänglich und verständlich. Meldungen werden auch per E-Mail entgegengenommen.

Dass Meldungen vertraulich behandelt werden, ist für uns selbstverständlich. Auch ein faires Verfahren zum Umgang mit Beschwerden wird gewährleistet. Durch Kaufland-eigene Büros in Südostasien sind wir nah an den Lieferbetrieben und können vor Ort in Aktion treten. Mit unseren lokalen Partnern, wie zum Beispiel dem Center for Child Rights and Corporate Social Responsibility an unserer Seite, gehen wir die Prävention von Kinderarbeit aktiv an.

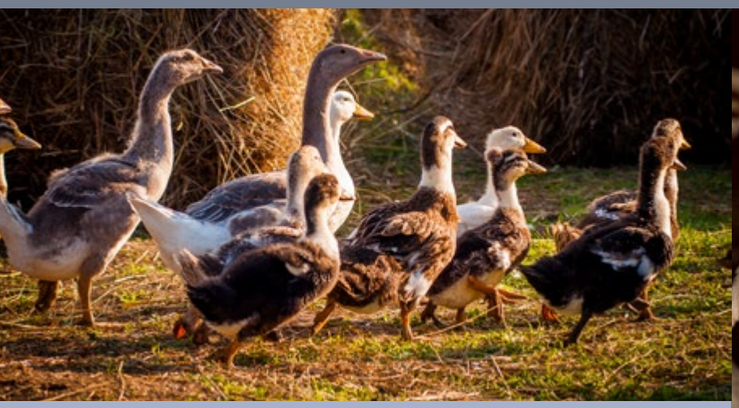
Seit der Einführung des Online-Meldesystems BKMS im November 2019 ist bezüglich Arbeits - und Menschenrechtsverletzung gruppenweit ein Hinweis eingegangen.

Das Online-Meldesystem BKMS wird kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert. Für das Geschäftsjahr 2021 sind Schulungen über Menschenrechte sowohl für Kaufland-Mitarbeiter und - Geschäftspartner als auch für Arbeiter in den Produktionsländern geplant.[36]

[36] GRI 102-17

ARTGERECHTE TIERHALTUNGSBEDINGUNGEN

Um die Haltungsbedingungen der Tiere zu verbessern, arbeiten wir mit internationalen Tierschutzorganisationen zusammen. Die Verhinderung von Tierquälerei in der Haltung und die Ergänzung des Sortiments mit Produkten aus Betrieben, in welchen optimale Tierhaltungsbedingungen sichergestellt werden, stehen dabei im Mittelpunkt. Auch deswegen formulierten wir für unsere Lieferanten Mindestanforderungen, welche sie bei Produktion, Einkauf und Distribution von Produkten tierischen Ursprungs erfüllen müssen.



SCHLUSS MIT DER GEWALT AN ENTEN UND GÄNSEN

Wir verzichten auf Verkauf vom Enten- und Gänsefleisch, das aus Haltungsbetrieben stammt, in denen die Tiere zwangs gefüttert oder - gemästet werden. Für unseres Sortiment kaufen wir lediglich von Lieferanten, die sich nachweislich zu artgerechter Tierhaltung verpflichtet haben.

EIER AUS ALTERNATIVEN HALTUNGSFORMEN

Bei der Produktion von eigenen Teigwaren und Gebäck verwenden wir Eier aus Boden - und Freilandhaltung. Unsere Kunden werden darauf durch Informationen auf den Verpackungen der betroffenen Erzeugnissen hingewiesen. Über unser Ziel informierten wir unsere Lieferanten bereits im Jahre 2017. Alle neuen Anpassungen unserer Bedingungen kommunizieren wir so, dass unsere Versorger genug Zeit haben, sich auf die kommenden Maßnahmen vorzubereiten. Anschließend unterstützen sie uns beim Erreichen des festgelegten Ziels.

KEINE PELZPRODUKTE

Seit 2015 nehmen wir aktiv am Programm „Fur Free Retailer" teil. Wir verzichten auf den Verkauf von Produkten aus Naturfell – von unterschiedlichen Textilien über Zubehör bis hin zu Kinderspielzeugen.

THE JUICE CSR PLATFORM

Wir sind auf der internationalen Ebene seit 2015 Mitglied der „The Juice CSR Platform", einer Nachhaltigkeitsinitiative für die Fruchtsaftindustrie. Die Plattform dient der Vernetzung unterschiedlichster Akteure entlang der globalen Wertschöpfungskette. Ziel ist es, die Unternehmen der europäische Fruchtsaftindustrie darin zu unterstützen, Nachhaltigkeit in ihre Unternehmensstrategien zu integrieren und verantwortungsbewusste Beschaffungspraktiken zu fördern.

REDUKTION UND VERMEIDUNG VON CHEMIKALIEN UND SCHADSTOFFEN IN PRODUKTIONS-PROZESSEN

Zum Zwecke der Gewährleistung bester Produktqualität haben wir strenge interne, über gesetzliche Anforderungen hinausgehende Richtlinien, zur Förderung der Nachhaltigkeit und zum Ausschluss von Schadstoffen aus dem Herstellungsprozess ausgearbeitet. Bei der Auswahl der Lieferanten achten wir darauf, dass ihre Produkte die von uns festgelegten Qualitätskriterien erfüllen.[37]

Wir führen regelmäßig Laboranalysen ausgewählter Produkte aus Lebensmittel-produktkategorien durch, und dies in Zusammenarbeit mit unabhängigen und akkreditierten Laboren.[38] Auf diese Weise werten wir die Übereinstimmung der Analyseergebnisse mit slowakischem wie auch europäischem Recht aus und richten unsere Aufmerksamkeit auch auf die Übereinstimmung deklarierter und ermittelter Werte. Konkret handelt es sich um folgende Labore: Eurofins Food Testing Slovakia s.r.o. (hier lassen wir Lebensmittel analysieren) und Analytisches Institut Bostel Stuttgart (hier lassen wir Obst und Gemüse analysieren). Bei erkannten Unstimmigkeiten erfolgen automatisch eine Kommunikation mit unseren Lieferanten und die Einleitung relevanter Maßnahmen.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden aufgrund amtlicher Kontrollen bezüglich der Lebens-mittelqualität 21 Produkte (gemäß unserer Evidenz) für ungeeignet für Gesundheit und Sicherheit befunden. Davon endeten 7 mit Geldbußen (zur Zeit der Berichtsvorbereitung).

Im genannten Geschäftsjahr gab es nur einen öffentlichen Produktrückruf aufgrund einer Entscheidung des regionalen Veterinär- und Lebensmittelamtes und zwei öffentlichen Rückrufe auf unseren Antrag hin.

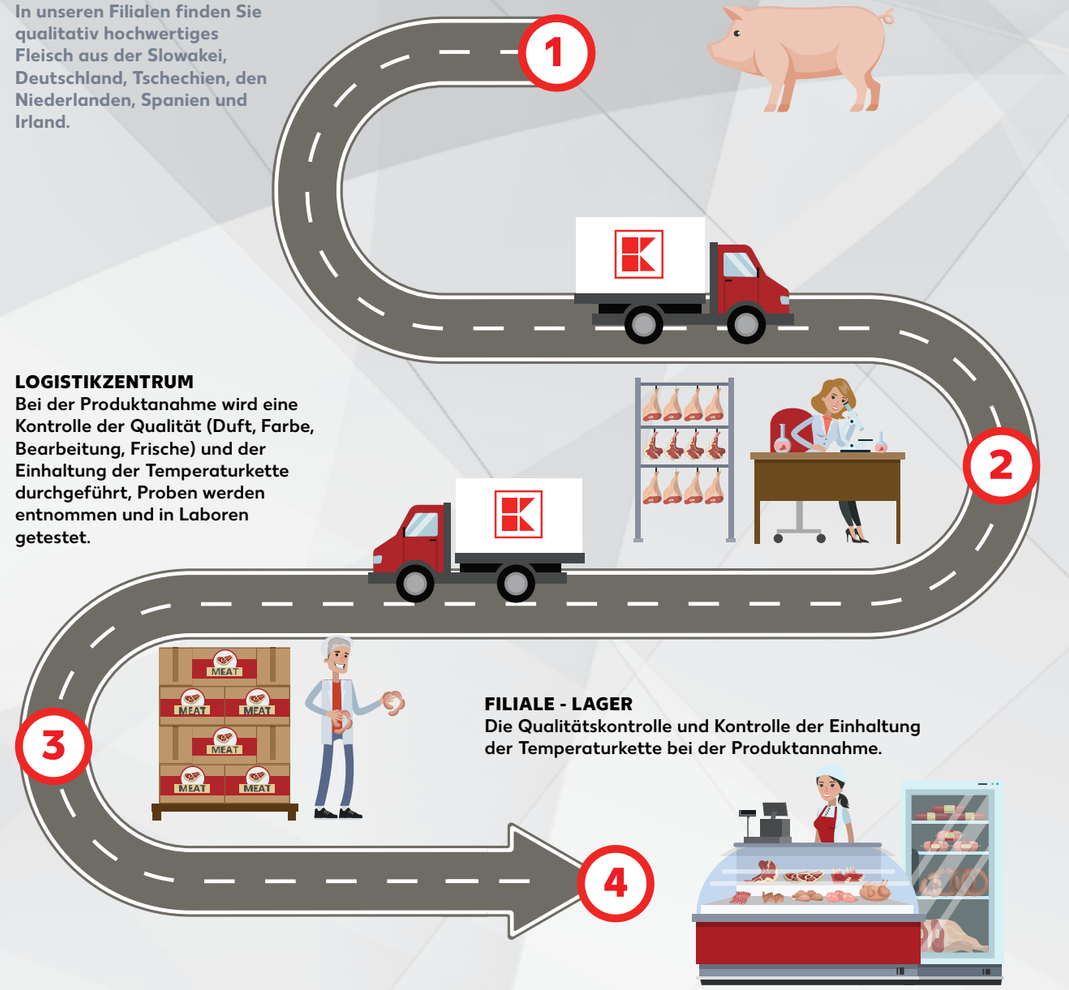
Für das gesamte Geschäftsjahr 2020 erhielten wir von Kunden insgesamt **994 Beschwerden** bezüglich der Qualität und Sicherheit der Produkte, was **rund 15 Meldungen pro Filiale entspricht. Die Kunden kontaktierten uns überwiegend über unsere Kundenhotline.**[39]

[37] GRI 103
[38] GRI 416-1
[39] GRI 416-2

FLEISCH UND FLEISCHPRODUKTE

Da Fleisch hinsichtlich der Herstellung und des Umgangs als risikoreichere Ware betrachtet wird, müssen alle Lieferanten von Fleisch und Fleischprodukten wirksame Qualitätssicherungssysteme eingeführt haben. Ihre Einführung weisen sie mit einer abgeschlossenen Zertifizierung der Herstellungsorte und Verpackungseinrichtungen lt. FSSC 22000 oder ISO 22000, bzw. IFS mit BRC-Standard nach. Sie sind verpflichtet, diese Zertifizierung während der gesamten Dauer der Zusammenarbeit mit uns aufrechtzuerhalten. **Beim Fleisch- und Geflügelsortiment hatten wir 64 Proben entnommen, ein Mangel wurde nur bei einer Probe festgestellt.**[40]

QUALITÄTKONTROLLE BEI UNS



URSPRUNGSLAND
In unseren Filialen finden Sie qualitativ hochwertiges Fleisch aus der Slowakei, Deutschland, Tschechien, den Niederlanden, Spanien und Irland.

HYGIENISCHE VERPACKUNGSSTANDARDS
Das Fleisch wird unter Schutzatmosphäre oder im Vakuum verpackt, damit es eine ausgezeichnete Qualität vom Lieferanten bis in die Filiale behält.

LOGISTIKZENTRUM
Bei der Produktanahme wird eine Kontrolle der Qualität (Duft, Farbe, Bearbeitung, Frische) und der Einhaltung der Temperaturkette durchgeführt, Proben werden entnommen und in Laboren getestet.

FILIALE - LAGER
Die Qualitätskontrolle und Kontrolle der Einhaltung der Temperaturkette bei der Produktannahme.

THEKEN
Unsere geschulten Mitarbeiter kontrollieren regelmäßig die Qualität und Verbrauchsdaten. Sie beraten Sie gerne bei der Fleischauwahl.

[40] GRI 416-2

OBST UND GEMÜSE OHNE PESTIZIDE

Wir verfolgen das Minimierungsprinzip. Darunter verstehen wir, idealerweise ganz auf Pflanzenschutzmittel zu verzichten, mindestens jedoch den Einsatz von Pestiziden auf das absolut notwendige Minimum zu reduzieren.

Unser Ziel ist es, in der weltweiten Produktion ein Umdenken zu erreichen und langfristig tragfähige Alternativen zu fördern, die Mensch und Umwelt gleichermaßen zugutekommen. Daher erweitern wir ständig das Angebot an Früchten, die aus ökologischem und integriertem Anbau stammen.

Auf täglicher Basis führen wir interne wie auch externe sensorische Bewertungen der Produkte durch. Im Falle von Obst und Gemüse lassen wir separate Analysen des Gehalts an Wirkstoffrückständen in Pestiziden bei akkreditierten, unabhängigen Labors durchführen. **Im Geschäftsjahr 2020 erfolgten 296 Analysen von Obst und Gemüse auf nationaler Ebene, wobei 2,7 % der Analysen eine Überschreitung der gesetzlich zulässigen Inhaltsstoffe ergaben.**[41]

WUSSTEN SIE?

Unter integrierter Produktion versteht man ein landwirtschaftliches Produktionssystem für Lebensmittel, bei dem natürliche Ressourcen geschont und Hilfsmittel wie Dünger und Pflanzenschutzmittel bedacht eingesetzt werden. Es ist eine naturnahe und nachhaltige Anbauweise, bei der der Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt im Vordergrund steht. Der Einsatz chemisch - synthetischer Mittel wird auf ein Minimum reduziert und die Düngung rationalisiert. Natürliche Pflegemaßnahmen werden bevorzugt, da sie sich positiv auf die Produktion und die Umwelt auswirken. Jedem Bauern, der sich für die integrierte Landwirtschaft entscheidet, ist es ein Anliegen, möglichst viele dieser ökologischen Maßnahmen in die Tat umzusetzen. Das Ziel ist eine stabile Produktion. Da der Produzent in der integrierten Produktion Bodenanalysen durchführt und auch die Produkte des Anbaus auf ihren Gehalt an Nitraten, Risikoelementen und Pestizidrückständen analysiert, kann der Kunde sicher sein, dass er ein Qualitätsprodukt erwirbt, das den strengsten Anforderungen der heutigen modernen Gesellschaft bezüglich eines gesunden Lebensstils gerecht wird.

[41] GRI 416-2

NACHHALTIGE BLUMEN UND PFLANZEN

Wir legen nicht nur Wert auf den Schutz der Gesundheit unserer Kunden und Hersteller, sondern auch auf biologische Vielfalt und das Ökosystem.

Daher setzt sich Kaufland gemeinsam mit seinen Partnern bereits seit 2013 für die Reduktion und Vermeidung von Pestiziden beim Anbau von Blumen und Pflanzen ein.

Jedes Jahr stellen wir auf internationaler Ebene dieses Pestizidmanagementsystem durch unabhängige chemische Produktanalysen sicher. Die Tests und die Entnahme von Proben in akkreditierten Labors erfolgt direkt bei unseren Lieferanten und in den Verteilzentren von Kaufland.

Wenn wir unserem Anspruch höchster Qualität und des Schutzes von Menschen und Umwelt gerecht werden wollen, müssen wir häufig über die geltenden gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen.

Deshalb setzen wir neben international anerkannten Zertifizierungen wie **Fairtrade und Global G.A.P** auf interne Standards. Sie sind strenger als die gesetzlichen Vorgaben und schränken auch zugelassene Wirkstoffe stark ein, um den Pestizideinsatz so niedrig wie möglich zu halten.

Gemeinsam mit Lieferanten und Gärtnern haben wir eine Ausschlussliste für besonders gefährliche oder schädliche Pestizide für Blumen und Pflanzen festgelegt.

Zur Erreichung dieser Ziele haben wir das Kaufland-Pestizidmanagement entwickelt, dass auf 4 Säulen ruht:

- Standards und Zertifizierungen
- Effektive und regelmäßige Kontrollen
- Partnerschaftliche und langfristige Lieferbeziehungen
- Forschung und Bildung

SICHERE TEXTILIEN

Als Einzelhandelsunternehmen sehen wir unsere Verantwortung auch darin, dass wir unseren Kunden ermöglichen, bei ihrem Einkauf und der Nutzung der Produkte bewusster und verantwortungsvoller vorzugehen.

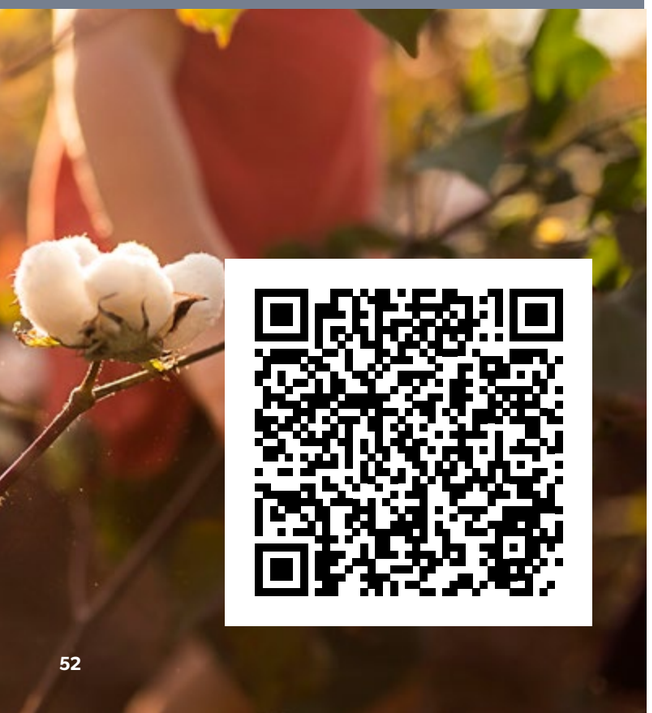
Daher stellen wir unser Sortiment schrittweise auf umwelt - und ressourcenschonende Produkte um, und dies auch im Bereich Textilien, Kleidung und Schuhe. Die Qualitätsanforderungen an unser Sortiment werden ständig optimiert und unsere Umweltschutzstandards in den Lieferketten ständig erweitert.

Im Dezember 2015 unterzeichneten wir das Detox Commitment und gemeinsam mit den Lieferanten arbeiten wir an der Einhaltung der sich daraus ableitenden Auflagen.

Detox ist eine weltweite Greenpeace-Kampagne mit dem Ziel, für Mensch und Umwelt gefährliche Chemikalien aus dem Produktionsprozess von Textilien und Schuhen zu eliminieren.

Die Liste der Chemikalien, die ausgeschlossen werden sollen, ist seit 2015 Bestandteil aller Verträge für Textil- und Schuhlieferanten unter unseren Eigenmarken und Eigenimport.

Seit 2017 veröffentlichen wir auf internationaler Ebene den Detox-Report auf jährlicher Basis und stellen darin transparent all unsere Fortschritte vor.



Wir verzichten auf die Verwendung von perfluorierten Chemikalien (PFC), Alkylphenolen und Alkylphenolethoxylaten (AP/APEO) während der Nassverarbeitung von Textilien und Schuhen und ersetzen sie durch umweltfreundlichere Alternativen.

Unsere Textilien sind wenn möglich:

aus Biobaumwolle hergestellt und GOTS-zertifiziert oder

schmutz - und wasserabweisend dank innovativer BIONIC FINISH® Technologie oder

zertifiziert mit OEKO-TEX®-Label

Von allen neuen Textil- und Schuhlieferanten verlangen wir, dass sie sich unserer Detox-Verpflichtung und weiteren Umweltstandards anschließen. Im Rahmen des Lieferanten Onboardings führen wir eine umfassende Prüfung durch, wobei jeder Lieferant Nachweise erbringen muss, dass er den Detox Kaufland Kriterien entsprechen kann (sog. Umwelt-Screening).[42]
Um die strikten Standards zu bestätigen und sukzessive zu verbessern, werden Abwassertests in den Nassproduktionsstätten von unabhängigen Prüfinstituten durchgeführt.

Im Kalenderjahr 2019 nahm Kaufland 111 Wassertests (Zufluss und Abfluss) in 63 Nassprozessbetrieben in 7 Ländern vor:*

111
Proben waren frei von AP/APEO

109
Proben waren frei von PFC

15
Proben waren frei von Schwer-metallen

51
Proben waren frei von bromierten und chlorierten Flammschutz-mitteln

Mit allen Lieferanten der betroffenen Warengruppen auf dem Eigenmarkensortiment haben wir uns auf Verbesserungsmaßnahmen geeinigt (100%).[43]

» Neuer Schwerpunkt auf synthetischen Fasern ergänzt den bisherigen Fokus auf natürlichen Materialien
» Multi-Stakeholder-Initiative auf Projektbasis in Asien der Reduzierung bzw. zu Substitution von Schadstoffen
» Einführung des Kaufland-Beschwerdemechanismus

» Eliminierung gefährlicher Chemikalien aus dem Produktionsprozess mit den zum heutigen Zeitpunkt gemäß aktuellem Stand der Technik nachweisbaren Grenzen
» Förderung der Kreislaufwirtschaft
» Zusammenarbeit ausschließlich mit Clean Factories

» Stetige Weiterarbeit an der Erfüllung unserer Detox-Verpflichtung, um die sozial- und umweltverträgliche Chemikalienverwendung in der Produktion unserer Eigenmarken sicherzustellen
» Ausweitung unseres Engagements für nachhaltigere Arbeits- und Produktionsbedingungen als Ergänzung zu unserem Schwerpunkt auf kritischen Chemikalien
» Erhöhung des Anteils umwelt- und ressourcenschonender Textilartikel Fortlaufende Optimierung der Verpackungen
» Ausweitung der Detox-Prinzipien Transparenz in der Lieferkette und Vermeidung giftiger Chemikalien auf weitere Non-Food-Warengruppen

[42] GRI 308-1
* Inbegriffen sind Wassertests für alle aktiven Nassprozessbetriebe. Es wurden auch jene Tests berücksichtigt, die Kaufland nicht selbst in Auftrag gegeben hat, die aber unsere Anforderungen erfüllen und in die Datenbank des Institute of Public and Environmental Affairs (IPE) hochgeladen wurden.
[43] GRI 308-2

KLEINES

Die Rezepturen der bevolaBaby-Körperpflegeprodukte sind bereits heute alle ohne Mikroplastik. Insgesamt haben wir in der Slowakei 70 Eigenmarkenartikel mit einer Rezeptur ohne Mikroplastik im Sortiment.

* nicht bezogen auf die Verpackung oder Trägerstoffe (wie z.B. Tücher, Pads).

WUSSTEN SIE?

Bereits 2013 haben wir uns in unserer **„Selbstverpflichtung (ohne) Mikroplastik"** dazu verpflichtet, **bei unseren Eigenmarkenprodukten im Bereich Kosmetik, Körperpflege sowie Wasch - und Haushaltsreinigungsmittel komplett auf Mikroplastikteilchen zu verzichten**. Diese wurden unter anderem durch natürliche und nachwachsende Rohstoffe ersetzt. **Mit unserer erweiterten Definition für „Rezeptur ohne Mikroplastik" haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Rezepturen aller Eigenmarkenprodukte im Bereich Kosmetik- und Körperpflege sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel – einschließlich Autopflege – auf Mikroplastik und nicht biologisch abbaubare, synthetische Polymere zu verzichten, sofern dies keine erheblichen Einschränkungen der Produktleistung- oder sicherheit mit sich bringt.*** Darüber hinaus stehen wir im regelmäßigen Dialog mit unseren Markenartikel-Lieferanten, um auch im Industriemarkenbereich entsprechende Fortschritte zu erzielen.

PRIMÄRES VS. SEKUNDUNDÄRES MIKROPLASTIK

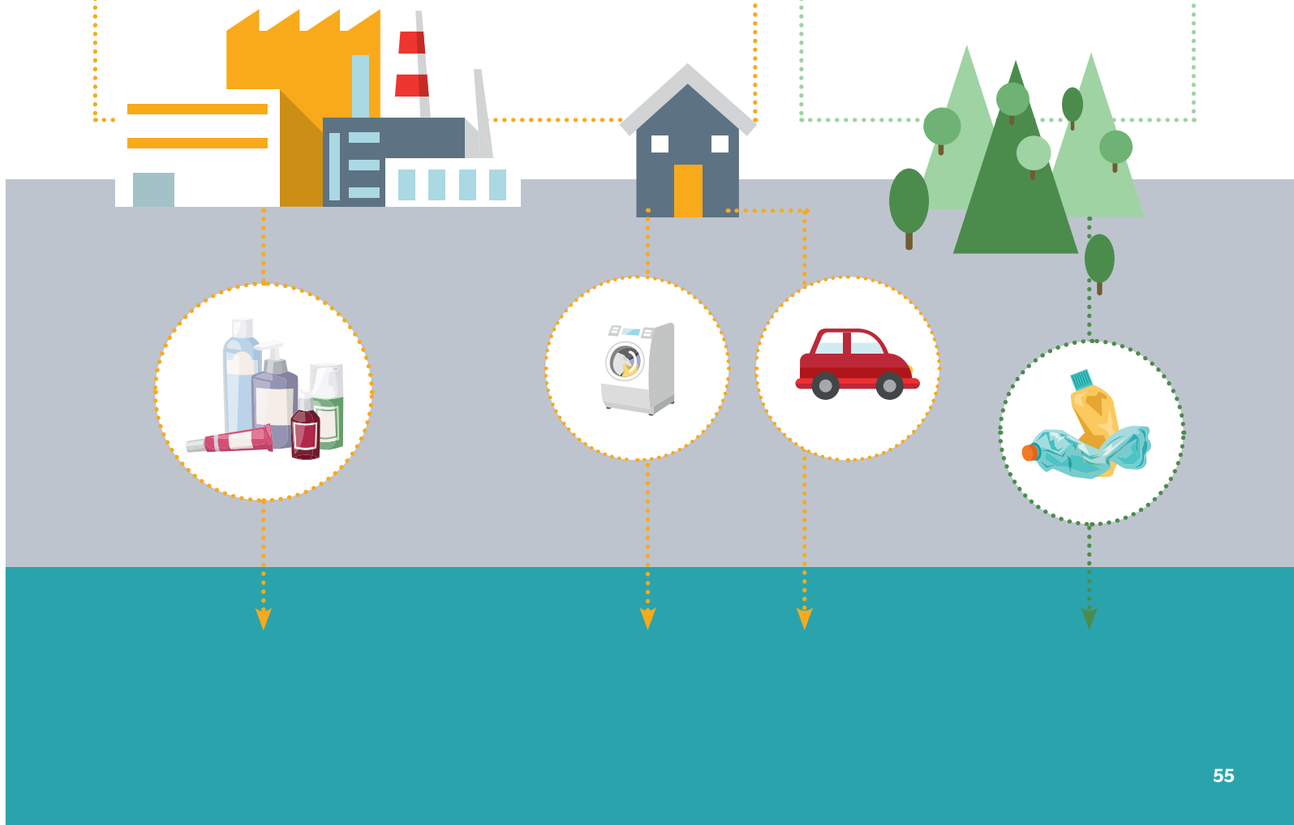
PRIMÄRES MIKROPLASTIK

Typ A wird zur Erzielung bestimmter Eigenschaften in Produkten eingesetzt. Es kann sich um Teilchen oder dispergierte, gelartige, gelöste oder flüssige synthetische Polymere handeln.

Typ B - Mikroplastik entsteht erst während der Nutzung (bspw. Reifenabrieb oder synthetische Fasern beim Waschen).

SEKUNDÄRES MIKROPLASTIK

Entsteht hingegen durch Zerfall von Kunststoffen in der Umwelt, also durch mechanische Zerkleinerung von größeren Plastikteilen (s.g. Makroplastik).



ZIELE IM BEREICH PRODUKTION IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHREN[44]

ZIEL EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

UNTERZIEL 12.2
Bis 2030 ein nachhaltiges Management und eine effiziente Nutzung von Naturressourcen erreichen.

UNTERZIEL 12.4
Bis 2020 einen umweltverträgliche Umgang mit Chemikalien und allen Arten von Abfall während ihres Lebenszyklus, in Übereinstimmung mit vereinbarten, internationalen Rahmenbedingungen erreichen und deren Freisetzung in Atmosphäre, Wasser und Boden wesentlich reduzieren, mit dem Ziel, ihre negativen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt zu minimieren.

2021

» Wir verzichten auf umweltschädliche Chemikalien bei der Produktion von Bekleidung und Heimtextilien bei Eigenmarken und Eigenimporten von Kaufland.

» Wir vertiefen unsere Verantwortung in der Lieferkette mittels einer Beteiligung an folgenden Initiativen: UN Global Compact und Grundsatzerklärung zur Einhaltung der Menschenrechte in globalen Wertschöpfungs- und Lieferketten.

2022

» Mit unserer erweiterten Definition für „Rezeptur ohne Mikroplastik" haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Rezepturen aller Eigenmarken-Produkte im Bereich Kosmetik und Körperpflege sowie Wasch-, Putz und Reinigungsmittel einschließlich Autopflege bis Ende des Kalenderjahres 2021 umzustellen und auf Mikroplastik und nicht biologisch abbaubare, synthetische Polymere zu verzichten, sofern dies keine erheblichen Einschränkungen der Produktleistung oder -sicherheit mit
sich bringt.*

» Bis Ende des Kalenderjahres 2021 werden sämtliche Textilprodukte aus Baumwolle unter unseren Eigenmarken aus Biobaumwolle und GOTS-zertifiziert sein.

2023 UND DANACH

» Ab dem Geschäftsjahr 2024 werden wir das gesamte Sortiment an Pflanzen und Blumen ausschließlich aus nachhaltigem und zertifiziertem Anbau anbieten.

» Spätestens bis Kalenderjahr 2025 werden wir keine Eier aus Käfighaltung mehr beziehen. Dies gilt auch für Eier, die in Produkten unserer Eigenmarken verwendet werden.

» Ab dem Geschäftsjahr 2025 werden wir das gesamte Sortiment Obst und Gemüse ausschließlich aus nachhaltigem und zertifiziertem Anbau anbieten.

[44] GRI 102-15
* Nicht bezogen auf die Verpackung oder Trägerstoffe (wie z.B. Tücher, Pads).

SORTIMENTSGESTALTUNG

Unsere Mission als verantwortungsvolle Einzelhandelskette besteht darin, Qualitätsprodukte zum günstigen Preis anzubieten. Die Gesundheit unserer Kunden ist uns wichtig, daher erweitern wir ständig das Angebot an glutenfreien, laktosefreien, vegetarischen, veganen und zertifizierten Produkten. Die Auswahl von Artikeln für das Angebot liegt in der Kompetenz der einzelnen Einkäufer.

Für Nachhaltigkeit im Bereich Einkauf ist eine Person verantwortlich, die direkt dem Leiter des Bereichs Einkauf untersteht. Dies unterstreicht die Relevanz des Themas im Rahmen des gesamten Einkaufsprozesses.[45]

[45] GRI 103

Iveta Hollá
Projektleiter
für CSR im Bereich Einkauf

„Der Klimawandel, der Mangel an natürlichen Ressourcen, das Verschwinden zahlreicher Tierarten, Intoleranzen und Krankheiten der Bevölkerung – das sind nur einige der Herausforderungen, die wir vor uns haben. Deswegen blicken wir bei der Sortimentsgestaltung in die Zukunft und messen und analysieren jedes Jahr den Anteil verantwortungsbewusster und gesunder Produkte im Sortiment. Ständig suchen wir nach Möglichkeite, dieses Angebot zu erweitern, um Kunden die Möglichkeit zu geben, Produkte zu kaufen, die gesund und umweltschonend sind. Mit den Projekten für Unterstützung von slowakischen Lieferanten stärken wir die slowakische Wirtschaft und die Beschäftigung in den Regionen und senken CO_2 - Emissionen.
Aus diesem Grund suchen wir ständig nach slowakischen Lieferanten für eine langristige Kooperation, denen wir die Möglichkeit geben, sich vor mehreren Kunden zu präsentieren. Dass wir slowakischer Lieferanten fördern, wird auch durch eine Umfrage des GfK vom Juli 2019 zur Ausstellung slowakischer Produkte im Einzelhandel belegt. Die Kunden finden in unseren Geschäften durchschnittlich 5 908 ausgestellte slowakische Produkte, was im Vergleich zur Konkurrenz die absolute Höchstzahl ist.“

UNSER SORTIMENT BESTEHT AUS[46]

15 958
Lebensmittelprodukten
im Dauersortiment*

- davon fast 12 % Eigenmarken
- davon 10.670 Produkte von Lieferanten mit Sitz in der Slowakischen Republik (66,9 %)
- davon 462 zertifizierte FOOD-Produkte (Fairtrade, Bio, FSC, UTZ, MSC, Rainforest Alliance)

5 493
Non Food Sortiment

- davon fast 23 % Eigenmarken
- davon zertifizierte 375 Non Food - Produkte (GOTS, FSC)

Unsere Wertschöpfungskette im Geschäftsjahr 2020[47]

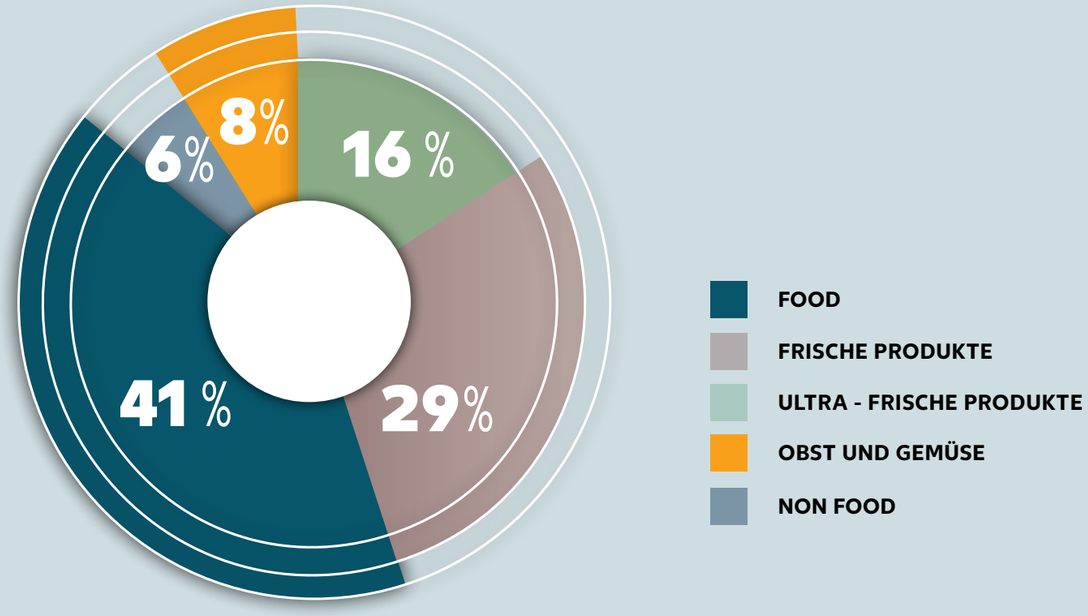
997
Lieferanten
(5 % zwischenjährliche Steigerung)

1
Logistikzentrum

70
Filialen

[46] GRI 102-2, Produktanzahl zum 29.02.2020
* Zum Lebensmittelsortiment zählen wir außer Lebensmittelprodukte auch Drogerie und Haustierbedarf. Wir beachten nicht Saisonartikel und Posten.
[47] GRI 102-9, GRI 102-10

Lieferantenstruktur nach der Produktart:



Lokale Lieferanten[48] machten im Geschäftsjahr 2020 8 % aller Lebensmittellieferanten aus. Im Vergleich zum vorangegangenen Jahr stieg ihre Anzahl um mehr als 27 %.

[48] Unter lokalen Lieferanten verstehen wir Lieferanten, die ihre Ware direkt an eine Filiale in ihrer Umgebung liefern.

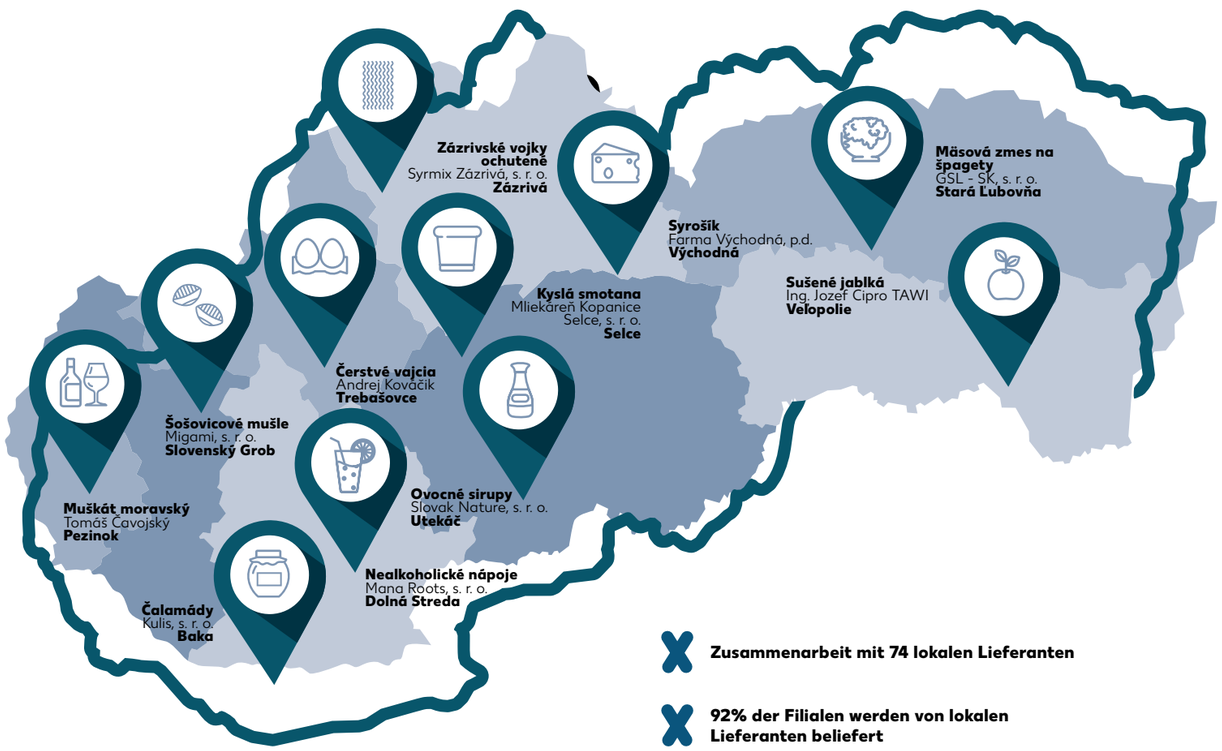
Durch die einzelnen Eigenmarkenreihen bieten wir den Kunden Produkte von hoher Qualität zu günstigen Preisen:

FÖRDERUNG HEIMISCHER PRODUKTE

Ein Bestandteil unserer Geschäftsstrategie ist auch die Zusammenarbeit mit einheimischen Lieferanten, durch die wir die slowakische Wirtschaft stärken und die Beschäftigung in den Regionen erhöhen. Produkte von slowakischen Lieferanten sind ein Bestandteil des ständigen wie auch des Aktionssortiments. Slowakische Lieferanten sind Hauptsächlich in der Molkerei-, Bäckerei-, Wein- und Geflügelindustrie sowie bei Obst und Gemüse vertreten.

Vom Gesamtbetrag für den Einkauf des Sortiments, das wir in unseren Filialen in der Slowakei anbieten, entfielen 60 % auf Produkte von Lieferanten mit Sitz in der Slowakischen Republik.[49]

AUS DER SLOWAKEI DAS BESTE



- **Zusammenarbeit mit 74 lokalen Lieferanten**
- **92% der Filialen werden von lokalen Lieferanten beliefert**

[49] GRI 103, GRI 204-1

FÖRDERUNG LOKALER LIEFERANTEN

Im Januar 2017 starteten wir ein Projekt zur Förderung lokaler Produzenten, mit dem wir ihnen die Gelegenheit geben wollen, unser Angebot mit typischen Produkten ihrer Region zu bereichern. Es handelt sich um Lieferanten, die aus Gründen geringerer Herstellungskapazitäten nur einige Geschäfte in ihrer Umgebung mit ihren Produkten beliefern können. Wir bemühen uns, ihnen die Zusammenarbeit weitestgehend zu erleichtern, und dies in folgender Form:

Beratung bei der Auswahl der richtigen Verpackungen, Know-how und Tipps, damit ihre Verpackungen so umweltfreundlich wie möglich sind.

Präsentation ihrer Produkte in speziell ausgeschilderten Regalen.

Die Zusammenarbeit kleiner lokaler Lieferanten mit einer großen Einzelhandelskette verbessert nicht nur die Beschäftigungszahlen in der jeweiligen Region, sondern die Hersteller erlangen auch neue Erfahrungen bei der Arbeit im Liefersystem für Einzelhandelsketten.

„Die Zusammenarbeit mit Kaufland haben wir als lokale Lieferanten für Trnava begonnen. Die Hauptmotivation bestand darin, dass der Kunde auch beim wöchentlichen Einkauf Craft-Bier einkaufen kann. Aktuell liefern wir unsere Produkte bereits auch an die Kaufland-Filialen in Bratislava, was für uns einen bedeutsamen Fortschritt darstellt."

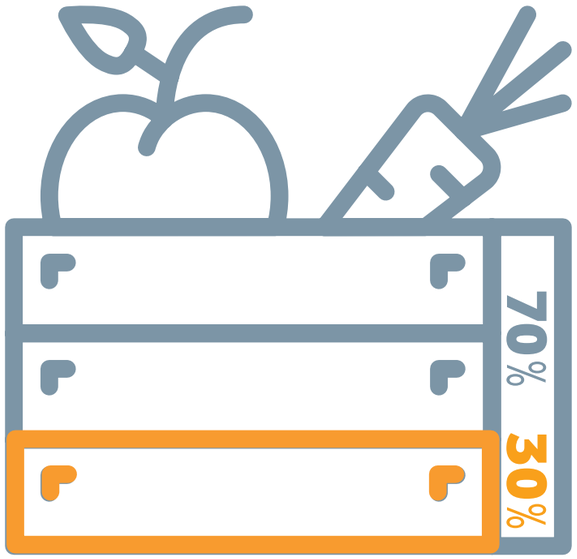
Dagmara Klasová
Direktorin der Brauerei Sessler

FÖRDERUNG DER OBST- UND GEMÜSEBAUERN

Seit 2004 beziehen wir slowakisches Obst und Gemüse von **5 Großhändlern**, die mehr als **200 Produzenten** vereinen. In Zusammenarbeit mit dem Verband der Gemüse- und Kartoffelbauern der Slowakei bemühen wir uns, die Produktion und den Konsum slowakischer Produkte zu steigern. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir auf unseren Ladentischen über

38 Millionen kg

einheimisches Obst und Gemüse angeboten.



Obst und Gemüse aus dem Ausland

Obst und Gemüse von heimischen Produzenten

INTERESSANTE KOOPERATIONSPROJEKTE

Ein slowakischer Landwirt, der Salatgurken anbaut, hat seine Anbaufläche dank der Zusammenarbeit verdoppelt. So kann er auch Kaufland - Filialen im Nachbarland Tschechien beliefern.

Seit 2017 arbeiten wir mit einem slowakischen Süßkartoffellieferanten zusammen. Unser Ziel ist, einen exklusiven Lieferanten dieser Kartoffeln für alle Filialen zu haben und ihn zu ermutigen, mehr anzubauen, um die Lagerung von Süßkartoffeln testen zu können.

Seit 2018 arbeiten wir mit einem slowakischen Lieferanten von Austernpilzen zusammen, die er auf einer Fläche von 350 m² anbaut. Derzeit liegt die Abnahme bei 700 - 800 kg pro Woche.

Im Jahr 2019 begannen wir, mit einem slowakischen Anbauer von Austernpilzen und Shiitake-Pilzen zusammenzuarbeiten. Er ist der erste slowakische Lieferant für Shiitake-Pilze und der zweite für Austernpilze.

SLOWAKISCHE FLEISCHLIEFERANTEN

Unser Ziel ist es, den Kunden slowakisches Rind- und Schweinefleisch anzubieten. Daher starteten wir 2018 ein Projekt zur Förderung von Farmern und Fleischverarbeitern in der Slowakei unter der Bezeichnung 100 % slowakisches Fleisch. Wir garantieren den Kunden, dass dieses Fleisch von Tieren stammt, die ausschließlich auf dem Gebiet der Slowakei geboren, gezüchtet, geschlachtet und verarbeitet wurden. Im Geschäftsjahr 2020 boten wir folgende Mengen an

193 t
Rindfleisch

33 t
Schweinefleisch

SLOWAKISCHES GEFLÜGEL

Der Verkaufsanteil von Hühnern und Hühnerteilen aus der Slowakei belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf mehr als 76 %. 23 % waren tschechischer Herkunft und das restliche 1 Prozent waren Produkte slowenischer Herkunft, ausschließlich aus renommierten, zertifizierten Produktionsbetrieben. Aus anderen Ländern beziehen wir diese Produkte nicht. Unsere Eigenmarke K-Purland haben wir ebenfalls um Geflügel und Geflügelprodukte aus der Slowakei und aus Tschechien erweitert.

EIGENE PRODUKTREIHE Z LÁSKY K TRADÍCII

Die Produktreihe Z lásky k tradícii (deutsch: Aus Liebe zur Tradition), die wir 2018 eingeführt haben, bietet Molkerei- und Fleischprodukte an, die nach bewährten Rezepturen ausschließlich aus slowakischen Rohstoffen von einheimischen Lieferanten hergestellt wurden. Sämtliche Produkte bieten so an einen originalen und unverwechselbaren Geschmack, der bei allen Generationen beliebt ist. Wir planen diese Produktreihe zu erweitern.

20
Produkte im Angebot

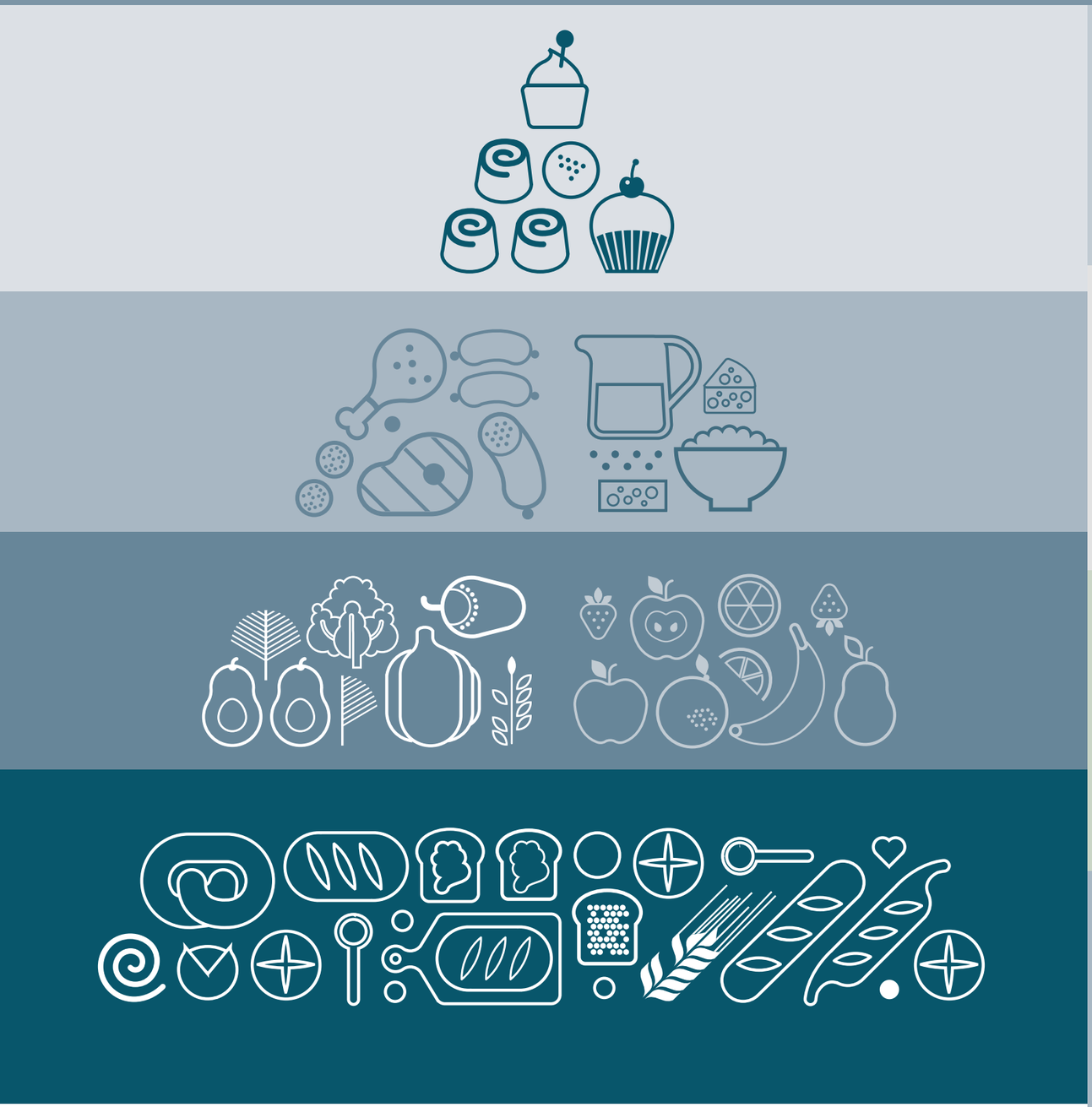
AUSBAU DES GESUNDEN SORTIMENTS

Das Verschwinden zahlreicher Tierarten, Intoleranzen und Krankheiten der Bevölkerung – das sind nur einige der Herausforderungen unserer Zeit, die bedeuten, dass wir mehr als je zuvor an unsere Zukunft denken müssen. Daher legen wir besonderen Wert auf einen verantwortungsbewussten Aufbau des Sortiments mit Hinblick auf den Schutz der Menschen, der Tierwelt und der Umwelt.[50]

[50] GRI 102-15

REDUKTION VON ZUCKER, SALZ UND FETT

Die starke Verbreitung von Krankheiten wie Diabetes, Fettleibigkeit oder Bluthochdruck, die durch eine Änderung der Ernährungsgewohnheiten effizient beeinflusst werden können, sorgt unter den Kunden für Nachfrage nach gesünderen Lebensmitteln. Daher haben wir unser Augenmerk darauf gerichtet, wie wir die Zusammensetzung der Produkte unserer Eigenmarken ändern können, um den Gehalt an Salz, Zucker und Fett zu senken, deren übermäßiger Konsum aus medizinischer Sicht ein Risiko darstellt Und dies ohne Verwendung von Ersatzstoffen. Bereits im Stadium der Entwicklung eines Produkts arbeiten wir mit den Lieferanten zusammen, um den Kunden eine gesündere Alternative bieten zu können. Die Senkung dieser Inhaltsstoffe wird insbesondere Molkereiprodukte, alkoholfreie Getränke, das Tiefkühlsortiment, Brotaufstriche, Backwaren, aber auch das Fleischsortiment betreffen. **Kunden finden bei uns schon 43 solcher Produkte, die 1 % unseres Umsatzes von Lebensmittelprodukten und 4 % des Umsatzes von Lebensmittelprodukten unter unseren Eigenmarken ausmachen.**[51]



[51] GRI 103, FP6

ZERTIFIZIERTE PRODUKTE

Die menschlichen Bedürfnisse und der Umweltschutz sind nicht nur unsere Herzensangelegenheit, sondern auch Geschäftspriorität. Beleg dafür ist unser Sortiment, in dem sich immer mehr Produkte befinden, die mit Rücksicht auf die Umwelt und faire Geschäftspraktiken hergestellt wurden.

FAIRTRADE

RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED
www.ra.org/siegel

UTZ Certified cocoa

GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD · GOTS ·
Certified by CU1000035

CERTIFIED SUSTAINABLE SEAFOOD MSC
www.msc.org

GLOBALG.A.P.

FARMED RESPONSIBLY asc CERTIFIED ASC-AQUA.ORG

FSC
www.fsc.org
FSC® N001539
Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft

VEGETARISCHES UND VEGANES SORTIMENT

Da die Nachfrage nach Fleischalternativen steigt, wollen wir unseren Kunden auch dieses Sortiment anbieten. Neben Markenprodukten bieten wir die Eigenmarke **K-Take it veggie** mit dem V-Label, vielfach auch in Bio-Qualität an. Das V-Label ist ein international anerkanntes Symbol zur Bezeichnung vegetarischer oder veganer Produkte. Die Produktvielfalt ist groß: neben Tofu und Fertigprodukten wie Schnitzel, Lasagne oder Falafel bieten wir auch Brotaufstriche, Joghurt, Getränke und Milchersatz, zum Beispiel Eis, an.

120

vegetarische und vegane Produkte

LAKTOSE- UND GLUTENFREIE PRODUKTE

Menschen mit Laktose - oder Glutenintoleranz können bei uns aus einem breiten Angebot an Marken - und Eigenmarkenprodukten auswählen. Zum Beispiel auch die Eigenmarke K-Free, die zusammen mit Experten und ausgewählten, erfahrenen Lieferanten entwickelt wurde.

350

laktose - und glutenfreie Produkte

ZIELE IM BEREICH SORTIMENTSGESTALTUNG IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHREN[52]

ZIELE EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

UNTERZIEL 8.3
Durchsetzen von entwicklungsorientierten Instrumenten, die produktive Tätigkeiten, die Schaffung würdevoller Arbeitsplätze, das Unternehmen, Kreativität und Innovationen fördern sowie die Formierung und das Wachstum von Mikro-, Klein- und mittleren Betrieben anregen, und dies auch durch den Zugang zu Finanzierungsdienstleistungen.

2021

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2021 erweitern wir signifikant das Sortiment der slowakischen Produktreihe Aus Liebe zur Tradition.

2023 UND DANACH

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2023 erhöhen wir die Menge lokaler Produkte um 50 % und sie werden in allen Filialen vertreten sein.

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2023 werden wir ganzjährlich Lammfleisch aus der Slowakei in allen Filialen anbieten.

» Im Geschäftsjahr 2023 erhöhen wir den Umsatz bei 100 % slowakischem Rind - und Schweinefleisch um 50 %.

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2025 wollen wir den Anteil von angebotenem slowakischem Obst und Gemüse, das man in der Slowakei anbauen kann, auf 50 % erhöhen.*

Unterziel 3.4
Reduktion der vorzeitigen Sterblichkeit aufgrund nicht übertragbarer Krankheiten um ein Drittel durch Prävention und Behandlung sowie durch Förderung der geistigen Gesundheit und des Wohlbefindens.

2022

» Erhöhung der Anzahl von Bioprodukten im Sortiment um 50 % bis Ende des Geschäftsjahres 2022.

2023 UND DANACH

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2023 erweitern wird das vegane und vegetarische Sortiment um 50 %.

[52] GRI 102-15

* Obst und Gemüse, das in der Slowakei angebaut werden kann: Auberginen, Brokkoli, Pfirsiche, Knoblauch, rote Zwiebeln, Frühlingszwiebel, gelbe Zwiebel, Zucchini, Rote Beete, Kirschen, Brombeeren, Blaubeeren, , Stachelbeeren, Trauben, Birnen, Äpfel, Erdbeeren, Kohl, Kohlrot, Rotkohl, Blumenkohl, Kel, Mais, Himbeeren, Aprikosen, rote Wassermelonen, gelbe Melonen, Karotten, Nektarinen, Paprika, Tomaten, Pastinaken, Patison, Petersilie, Lauch, Rhabarber, Radieschen, rotes Rettich Bündel, Johannisbeeren, Ringlots, Süßkartoffeln, Salat, Eisbergsalat, Spargel, Kürbis, Hokkaido-Kürbis, Butterkürbis, Backkürbis, Gurken, Selleriewurzel, Kartoffeln.

POINT OF SALE

UMWELT-FREUNDLICHE VERPACKUNGEN

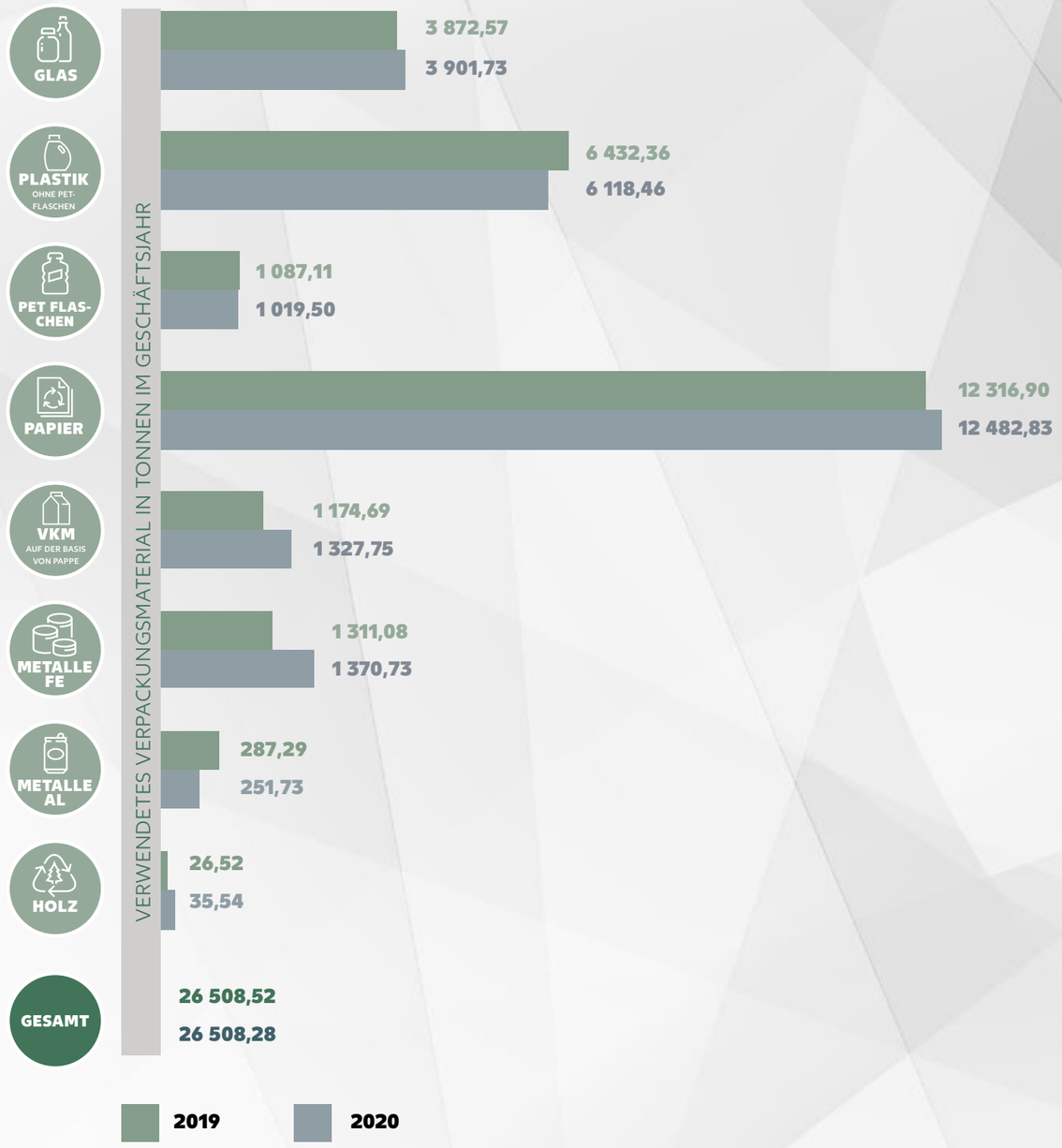
Angesichts der Rechtsvorschriften und der Hygieneanforderungen kann eine Einzelhandelskette nicht vollkommen ohne Verpackungsmaterial funktionieren. Verpackungen informieren die Kunden über die Inhaltsstoffe des Produkts und seine Herkunft, sie schützen es vor äußeren Einflüssen, ermöglichen den Transport und tragen zu einer längeren Haltbarkeit von Lebensmittel bei.

Für diesen Bereich ist ein Projektmanager im Logistikbereich verantwortlich, dessen Aufgabe es ist, neue Möglichkeiten und Partner in der Abfallwiederverwertung zu finden.[53]

Roman Briatka
Projektleiter für Abfallwirtschaft

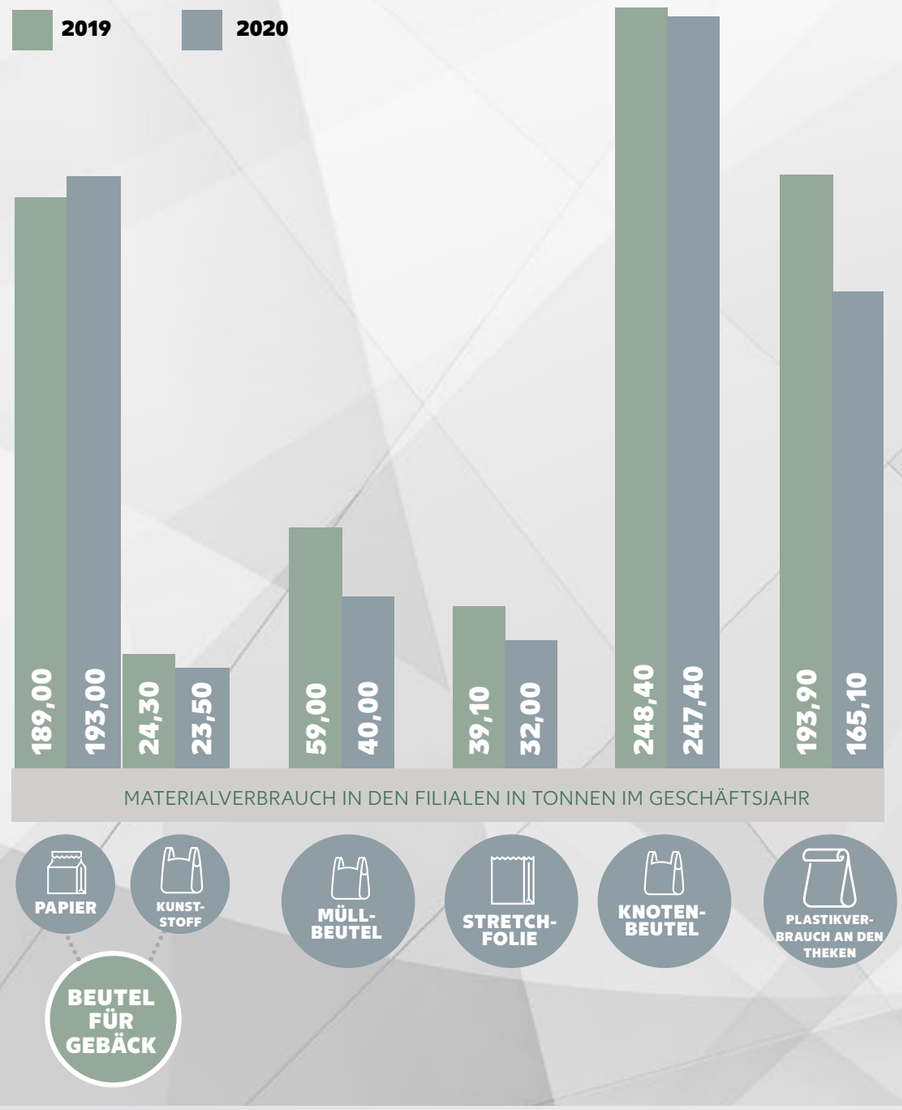
„Wir befassen uns ständig mit Verpackungen, deren Einfluss auf die Umwelt und suchen nach Möglichkeiten, um ihren Einsatz zu optimieren. Wir haben zum Beispiel den Verbrauch an OG Einwegknotenbeuteln aus Kunststoff im Jahresvergleich um eine Tonne gesenkt. Ebenso verfolgen und analysieren wir das verwendete Verpackungsmaterial unserer Eigenmarken. Unser Ziel ist es, bis 2025 100 % unserer Eigenmarkenverpackungen maximal recyclingfähig zu machen. Für die Umsetzung dieses gruppenübergreifenden Zieles sind die jeweiligen Eigenmarken-einkäufer zuständig. Monatlich wird auch die Menge des erzeugten Abfalls sowie die Quoten bei der Mülltrennung verfolgt und wir stellen uns Ziele für den nächsten Zeitraum.“

In den Geschäftsjahren 2019 und 2020 haben wir als Hersteller oder Importeur Verpackungen und „Nichtverpackungen“ (stoffgleiche Verpackungen) in ähnlicher Menge auf den Markt gebracht. Zwischenjährlich haben wir uns fast auf dem gleichen Verpackungsgewicht gehalten, obgleich diese Zahlen nicht um die Expansion bereinigt werden können. Diese Angaben melden wir obligatorisch dem Staat über die vertragliche Organisation für Herstellerverantwortung NATUR-PACK.[54]



[53] GRI 103

[54] GRI 301-1 Auf dem Gebiet der Slowakischen Republik hergestellte und von den Lieferanten auf das Gebiet der Slowakischen Republik importierte Produkte sind nicht in diesem Bericht inbegriffen. Die Pflicht zur Meldung der Verpackungs- und Nichtverpackungsmenge an den Staat hat der jeweilige Lieferant bzw. Hersteller, nicht der Einzelhändler. Kaufland hat keinen Zugriff auf diese Informationen der Lieferanten.



Die Schwarz Gruppe, die mit den Handelssparten Lidl und Kaufland zu den international größten Handelsunternehmen gehört, ist sich ihrer Verantwortung für die Umwelt bewusst und nimmt diese wahr. Mit REset Plastic hat sie eine ganzheitliche, internationale Strategie entwickelt, die die Vision „Weniger Plastik - geschlossene Kreisläufe" verwirklicht.

DIE FÜNF LEITSÄTZE DER HANDLUNGSFELDER

1. REduce
VERMEIDUNG

Wir verzichten wo immer möglich und nachhaltig auf Plastik.

2. REdesign
DESIGN

Wir gestalten Produkte so, dass sie recyclingfähig sind und schließen Kreisläufe.

3. REcycle
RECYCLING

Wir sammeln, sortieren, recyceln und schließen Wertstoffkreisläufe.

4. REmove
BESEITIGUNG

Wir unterstützen die Beseitigung von Plastikmüll aus der Umwelt.

5. REsearch
INNOVATION UND AUFKLÄRUNG

Für innovative Lösungen investieren wir in Forschung und Entwicklung und klären über Recycling und Ressourcenschonung auf.

Als erste der Einzelhandelsketten schlossen wir uns 2017 der Initiative des Umweltministeriums **„Ohne Plastiktaschen“** an, als wir den Verkauf der meistverkauften, leichten Plastiktasche einstellten. **Im Oktober 2019 widmete uns der Umweltminister für die Einstellung des Verkaufs von allen Einwegtaschen ein Dankschreiben.**

MAI 2019

Auslistung von Einweggeschirr, Trinkhalmen und Bechern

JUNI 2019

Einführung von OG-Mehrwegbeuteln aus Biobaumwolle als Alternativ-verpackung für Obst und Gemüse

AUGUST 2019

Durch das Weglassen der Deckel konnten wir bei unseren Kaffegetränken der Eigenmarke K To Go 33 % Plastik einsparen

NOVEMBER 2019

Auslistung von Wattestäbchen aus Plastik und Ersatz durch ihre umwelt-freundlichere Variante

JANUAR 2020

Auslistung von allen Einwegtaschen

Im Rahmen der Plastikstrategie REset haben wir unter anderem begonnen, die Verpackungen unserer Eigenmarken zu verändern. Mit dem Logo „Bewusster verpackt“ weisen wir auf Produkte hin, zu deren Verpackung umweltfreundlichere Materialien verwendet wurden bzw. bei denen wir einen Teil der Plastikverpackung entfernt und somit das Gewicht des Verpackungsmaterials reduziert haben. Dank der neuen Kennzeichnung erkennt der Kunde auf den ersten Blick, welche Verpackungen bereits eine Veränderung im Sinne unserer Verpflichtung durchlaufen haben und nun eine geringere Umweltbelastung darstellen. Für eine Kennzeichnung mit diesem Logo müssen die Produktverpackungen mindestens eine der folgenden Kriterien erfüllen:

Bewusster verpackt

kaufland.com/plastic

eine mindestens **80 %** -ige Wiederverwertbarkeit der Verpackung

ein mindestens **30 %** -iger Anteil an wiederverwertetem Material,

Einsparung bzw. Senkung des Gewichts des Verpackungsmaterials um mindestens **10 %**

die Verpackung des Sonnenblumenspeiseöls K-Classic enthält zu **50 % recycelten Kunststoff, so dass jährlich rund 11,5 t neue Kunststoffe eingespart werden**

bei Joghurtmilch K-Classic **sparen wir jährlich 0,93 t Kunststoff**

Dank der Deckelentfernung **sparen wir jährlich 1,3 t Kunststoff**

KISTEN

Schon seit 2015 finden die Kunden bei uns Obst und Gemüse in grünen Mehrwegstiegen von Euro Pool System (EPS). Diese Mehrwegstiegen machen es möglich, dass Obst und Gemüse während des gesamten Logistikprozesses vom Vertreiber bis zur Platzierung in der Filiale ständig in der gleichen Stiege bleiben können. Damit konnten wir die Verwendung von Einwegkartons einschränken und eine Entwertung der Verpackung verhindern. Im vergangenen Jahr senkten wir dank EPS-Kisten die Kohlendioxidemissionen um [55]

3 183 t CO_2.

WIE ES GENAU FUNKTIONIERT?

EPS stellt dem Lieferanten saubere Stiegen zu verfügen und dieser füllt sie mit Obst und Gemüse. Die Produkte bleiben bis zu ihrer Platzierung in der Filiale in diesen Stiegen. Die leeren Stiegen gehen an das Logistikzentrum zurück, wo sie von EPS abgeholt und zu einem der 70 Servicecenter von EPS in Europa gebracht werden. In den Servicezentren werden die Stiegen nach strengsten Vorschriften gereinigt und anschließend erneut in Umlauf gebracht.

OBST- UND GEMÜSEVERPACKUNG

Bei Obst und Gemüse sind wir ständig auf der Suche nach Möglichkeiten, um das Verpackungsmaterial zu reduzieren bzw. es durch umweltfreundlicheres zu ersetzen, und gleichzeitig die Produkte nicht im Wert zu mindern. Auf der Grundlage von Tests und Analysen haben wir uns daher im Geschäftsjahr 2020 entschieden,

Salatgurken ohne Plastikfolie zu verkaufen, wodurch wir

15 t

neue Kunststoffe jährlich einsparen konnten.

[55] Diese Reduktion wurde mittels des Umweltrechners basierend auf der Analyse des Lebenszyklus und entwickelt von SIM (Stiftung Initiative Mehrweg – The Foundation for Reusable Systems) ermittelt. Die Umweltrechnung basiert auf einer unabhängigen Studie, die 2009 bei der Universität Stuttgart und SIM in Auftrag gegeben wurde. Diese Studie zeigt, dass die CO_2-Emissionen, die der Nutzung einer Mehrwegverpackung entsprechen, gleich dem Äquivalent der Verwendung von 50-100 Einwegkartons sind. So konnte Kaufland Slowakei mit Hilfe von 9 049 998 Rotationen im Jahr 2019 die CO_2-Emissionen um 3 183 Tonnen CO_2 senken.

ZIELE IM BEREICH POINT OF SALE IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHREN[56]

ZIEL EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION

UNTERZIEL 12.5
Bis 2030 wesentliche Senkung der Abfallentstehung durch Prävention, Reduktion, Recycling und Wiederverwendung.

2021

» Wir starten ein Nachfüllsystem für einige Drogerieartikel. (d. h. ohne Einwegverpackungen).

» Wir führen einen wiederverwendbaren Deckel als nachhaltige Alternative zu Einwegplastikdeckeln bei allen K-Classic-Bechern mit einem Gewicht von 500 g ein. Gleichzeitig werden wir den Einwegdeckel abschaffen.

2023 UND DANACH

» Bis Ende des Kalenderjahres 2023 beseitigen wir schwarze Kunststoff in allen Eigenmarkenverpackungen.

» Unser Ziel ist es, bis Ende des Kalenderjahres 2025 100 % unserer Eigenmarkenverpackungen maximal recyclingfähig zu machen und 20 % weniger Plastik zu verwenden.

[56] GRI 102-15

BETRIEBLICHE ABLÄUFE

VERANTWORTUNGS-VOLLER ARBEITGEBER

Karin Marková
Leiterin des Personalbereichs

„Für unsere Mitarbeiter wollen wir ein attraktiver und fairer Arbeitgeber sein. Nur dank des Einsatzes und des Engagements unserer Mitarbeiter erreichen wir ausgezeichnete Ergebnisse und können erfolgreich sein. Unsere Verantwortung besteht darin, für Mitarbeiter die besten Arbeitsbedingungen zu schaffen, um die Bestleistungen möglich zu machen. Wir bieten eine motivierende Vergütung, attraktive Aufgaben, Aufstiegschancen und die Möglichkeit, Arbeit und Privatleben in Einklang zu bringen, wodurch wir uns positiv von der Konkurrenz abheben wollen. Die Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern basiert bei uns auf einem fairen Ansatz und auf der Förderung des individuellen Potenzials jedes Mitarbeiters auf. Wir bilden ein starkes, dynamisches und leistungsfähiges Team, dass seinen Kunden das Beste geben kann.“

» Hochwertige Einarbeitung, individuelle Entwicklungspläne und Aufstiegschancen im Unternehmen.

» Fairer Umgang, Chancengleichheit, Work-Life-Balance.

» Eine moderne Arbeitsumgebung, attraktive Arbeitsbedingungen und Vergütung.

Die Fürsorge für unsere Mitarbeiter hat für uns Priorität. Wir waren wiederholt beim Audit der internationalen Expertenorganisation Top Employers Institute erfolgreich, die alljährlich die besten Arbeitgeber kürt.

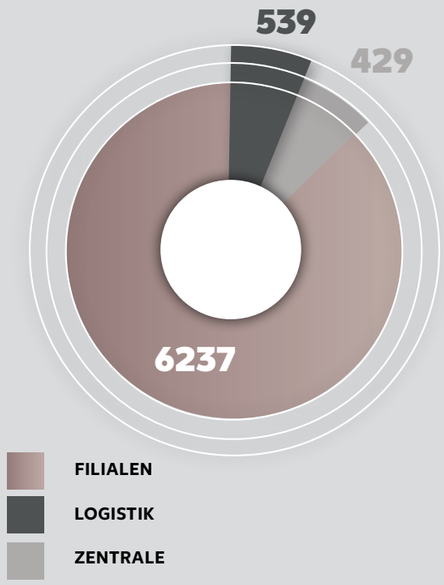
Der Bereich Personal besteht aus den Abteilungen Personalorganisation, Personalservice, Personalentwicklung, Recruiting und Marketing sowie Mitarbeiterbindung.[57]

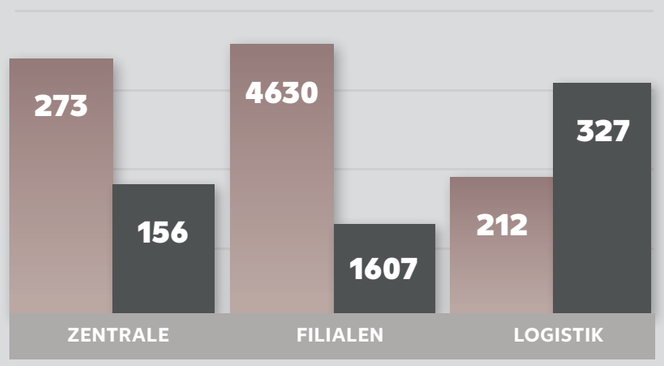
57 Kollegen aus dem Personal bereich kümmern sich um unsere Mitarbeiter

[57] GRI 103

2018	2019	2020
7 515	6 892	7 205
Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter[58]

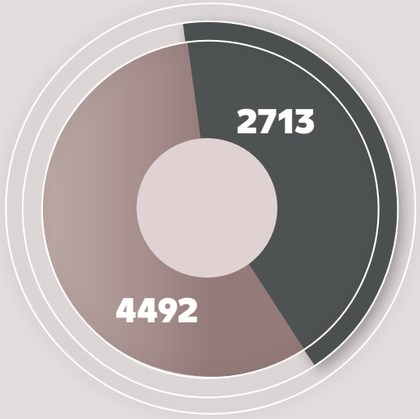
Informationen über die Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2020 zum 29.02.2020[59]

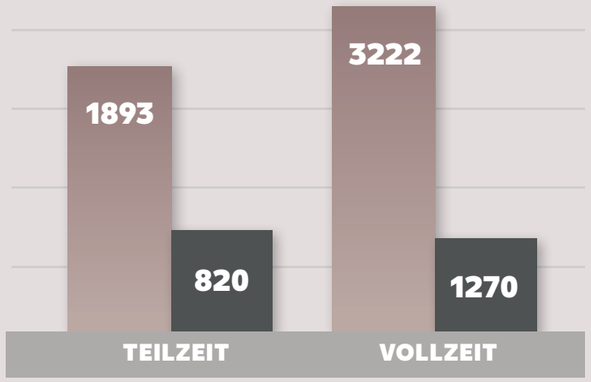




[58] GRI 102-8
[59] Wir gehen aus der Anzahl der aktiven Mitarbeiter aus, die mit der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika einen Arbeitsvertrag abgeschlossen haben, berechnet an Köpfe zum 29.02.2020.

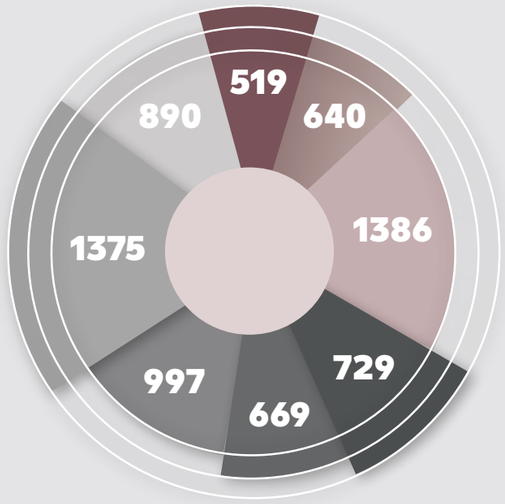
Informationen über die Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2020 zum 29.02.2020





VOLLZEIT

TEILZEIT



REGION BANKSÁ BYSTRICA

REGION BRATISLAVA

REGION KOŠICE

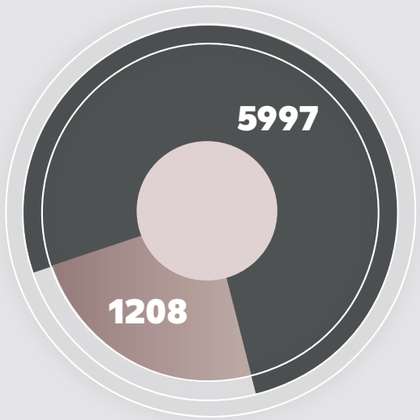
REGION NITRA

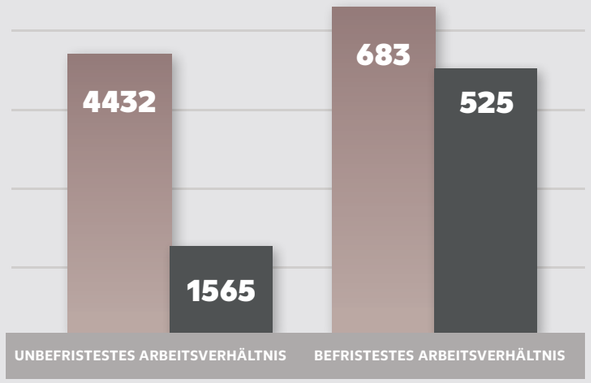
REGION PREŠOV

REGION TRENČIN

REGION TRNAVA

REGION ŽILINA





UNBEFRISTESTES ARBEITSVERHÄLTNIS

BEFRISTESTES ARBEITSVERHÄLTNIS

AUFTEILUNG IN KREISEN	MANN	FRAU	TEILZEIT	VOLL-ZEIT	UNBEFRIS-TESTES ARBEITS-VERHÄLTNIS	BEFRIS-TESTES ARBEITS-VERHÄLTNIS	UNBEFRISTESTES ARBEITS-VERHÄLTNIS		BEFRISTESTES ARBEITS-VERHÄLTNIS	
							MANN	FRAU	MANN	FRAU
Region Banská Bystrica	149	491	247	393	573	67	124	449	25	42
Region Bratislava	494	892	319	1067	1240	146	415	825	79	67
Region Košice	199	530	350	379	552	177	118	434	81	96
Region Nitra	159	510	285	384	512	157	94	418	65	92
Region Prešov	243	754	493	504	808	189	116	642	77	112
Region Trenčin	516	859	445	930	1170	205	439	731	77	128
Region Trnava	229	661	359	531	667	213	130	547	99	114
Region Žilina	101	418	215	304	465	54	79	386	22	32

FÜHRUNGSLEITBILD „GIB MIR FUNF“

Führung ist Kernaufgabe aller Führungskräfte und findet im Tagesgeschäft statt. Wir bei Kaufland ziehen alle an einem Strang, auch über Team - und Hierarchiegrenzen hinweg. Wir stellen durch unsere Führung sicher, dass alle Menschen im Unternehmen Hand in Hand arbeiten. Unsere Führungskräfte verstehen sich als Teil des Teams und stellen den gemeinsamen Erfolg in den Mittelpunkt. Die Einhaltung dieser Grundsätze ist für uns verbindlich:[60]

KLAR KOMMUNIZIEREN & ORIENTIERUNG GEBEN

Kommunikation bei uns ist wie unser Geschäftsmodell - **einfach und direkt**. Wir sind klar in der Wortwahl, sprechen Konflikte offen und rechtzeitig an und läsen sie konstruktiv. Wir kommunizieren auf Augenhöhe. Als Führungskräfte strukturieren wir Informationen und Inhalte und gewährleisten dadurch Effizienz. Unseren Mitarbeitern stellen wir alle relevanten Informationen zur Erfüllung ihrer Aufgaben zeitgerecht zur Verfügung. Eintscheidungen treffen wir konsequent und nachvollziehbar. Bei Bedarf erläutern wir die Hintergründe unserer Entscheidungen und schaffen Klarheit.
Wir respektieren Mitarbeiter, die den Mut haben, Fragen zu stellen - auch wenn diese kritisch sind. Für die Beantwortung nehmen wir uns gerne Zeit, helfen dem Mitarbeiter sich zu orientieren und sorgen für Verständnis.

MITARBEITER ENTWICKLEN & POTENZIALE ERSCHLIESSEN

Die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg unseres Unternmehmens. Daher ist es elementare Aufgabe jeder Führungskraft, das Potenzial der Mitarbeiter bestmöglich zu entwicklen. Die Stärke unserer Mitarbeiter und ihre Entwicklung im gesamten Unternehmen bilden den Maßstab, an dem wir uns messen. Wir befähigen und fördern unsere Mitarbeiter und ermöglichen ihnen, an ihren Aufgaben zu wachsen. Im Gegenzug fordern wir konsequent ein, dass jeder Engagement für seine Aufgaben zeigt. Wir wissen, wie wichtig Anerkennung für unsere Mitarbeiter ist. Wir shaffen ein Umfeld, in dem Leistung und Engagement anerkannt werden und das Mitarbeiter motiviert, ihr Bestes für uns zu geben. Unserer Mitarbeiter haben das Recht zu wissen, wo sie stehen. Daher geben wir ihnen zeitnah konstruktives und wertschätzendes Feedback, fordern dies aber auch regelmäßig von unserern Mitarbeitern im Hinblick auf unsere Zusammenarbiet ein. Denn wir wissen: Gute Führung erfordert stets auch die Reflexion des eigenen Verhaltens.

[60] GRI 103

LEISTUNGSTARK SEIN & DYNAMIK ERZEUGEN

Wir hören nicht auf besser zu werden. Deshalb hinterfragen wir Bestehendes und treiben erforderliche Veränderugen voran. Wir erzeugen Dynamik, die zielgerichtet Gutes besser macht. Was bereits die beste Lösung ist, behalten wir bei. Unser Geschäftsmodell erfordert einfache und effiziente Lösungen. Wir Führungskräfte achten darauf, dass im Tagesgeschäft Abläufe und Abstimmungen enstprechend gestaltet werden. Definierte Prozesse halten wir ein. Nur so können wir in allen Ländern einen gleichbleibend hohen Standard garantieren, uns aber gleichzeitig flexibel an die Gegebenheiten vor Ort anpassen. Wir sind verantwortlich für unser jeweiliges Team und verstehen uns selbst als Teil davon. Darüber hinaus tragen wir auch Verantwortung für die Zusammenarbeit zwischen den Teams. Bei allem, was wir tun, steht der gesamtunternehmerische Erfolg im Vordergrund.

FAIR HANDELN & VERTRAUEN SCHAFFEN

Als Führungskäfte agieren wir jedem gegenüber wertschätzend und vorurteilsfrei. Wir respektieren die Persönlichkeit unserer Mitarbeiter und ihre Fähigkeiten. Respekt gegenüber anderen erwarten wir auch von unserern Mitarbeitern. Wir trauen ihnen zu, der übertragenen Verantwortung gerecht zu werden. Kontrolle ist für uns gelebte Unterstützung und nicht Ausdruck von Misstrauen. Sie dient der Sicherung unseres Geschäftsmodells und hilft uns dabei, besser zu werden. Wir setzen uns für eine Kultur ein, in der Mitarbeiter den Mut haben, auch mal neue Wege zu gehen. Fehler verstehen wir als Chance zum Lernen und Wachsen. Als Führungskräfte gehen wir mit unserern Mitarbeitern stets partnerschaftlich um. Wir bleiben selbst berechenbar und zuverlässig. Zu unseren Aussagen stehen wir. Getroffene Vereinbarungen halten wir konsequent ein. Durch unser faires Handel schaffen wir Vertrauen. So schaffen wir die Basis dafür, dass jeder im Team sein Bestes für unser Unternehmen gibt.

VERANTWORTUNG LEBEN & VORBILD SEIN

Als Führungskräfte agieren wir unternehmerisch: Wir denken und handeln eigenverantwortlich und treffen Entscheidungen so, als ob es unser eigenes Unternehmen wäre. Mit Ressourcen gehen wir bewusst um. Wir verspüren Leidenschaft für unser Unternehmen, unsere Aufgaben und unser Team. Verantwortung belassen wir dort, wo sie hingehört. So schaffen wir Handlungsspielräume für unsere Mitarbeiter und definieren gleichzeitig klare Grenzen für selbstständige Entscheidungen. Wir haben in unserer Rolle als Führungskraft einen prägenden Einfluss. Daher gehen wir bei allem, was wir tun, mit gutem Beispiel voran. In den Vordergrund stellen wir stest die Leistung des Teams. Wir handeln souverän und gleichzeitig zurückhaltend. Wir sind Vorbild.

WIR KÖNNEN UNS ANVERTRAUEN

Unsere Mitarbeiter können sich jederzeit an Vertrauenspersonen wenden, deren Aufgabe die, Einhaltung von Unternehmensgrundsätzen/-werten und des Führungsleitbilds, die nachhaltige Verankerung einer positiven Gesamtatmosphäre im Unternehmen, die Steigerung der Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter, aber auch das Erkennen potenzieller Konflikte und Probleme und die Suche nach Lösungen ist. Jede unserer **vier Vertrauenspersonen ist für Mitarbeiter Ansprechpartner, an die sie sich in schwierigen Situationen wenden können, wenn sie sich keinen Rat mehr wissen, egal ob im Privat- oder Arbeitsleben.** Sie beraten die Mitarbeiter bei Personalthemen und beantworten Fragen zum Beispiel zu Benefits oder gesundheitsfördernden Maßnahmen. Den Mitarbeitern garantieren wir absolute Vertraulichkeit und einen anonymen Umgang mit Informationen. Die Vertrauensperson darf das Problem nur mit ausdrücklicher Zustimmung des jeweiligen Mitarbeiters mit den Verantwortlichen klären.

GERECHTE VERGÜTUNG, BENEFITS & FAIRE BEHANDLUNG

Das Thema Vergütung ist für uns eins der zentralen Themen. Im Bereich Personal befasst sich die Abteilung Personalorganisation intensiv mit der Vergütung, wobei sie jährlich eine Analyse der Vergütung sowie auch einen Vorschlag zur Lohnerhöhung vorbereitet und mit der Geschäftsleitung abspricht. Die Geschäftsleitung genehmigt gleichzeitig den Personalplan und das Budget der einzelnen Bereiche. Unser Ziel lautet, auch bei der Vergütung zu den TOP-Arbeitgebern zu gehören. Auch deshalb liegen die Löhne in unserem Unternehmen langfristig über dem Marktdurchschnitt.[61]

ATTRAKTIVE VERGÜTUNG

Die Chancengleichheit für Männer und Frauen, eine attraktive und faire Vergütung sind bei uns normaler Alltag. **Das bei uns geltende Vergütungssystem garantiert die gleiche Vergütung für Männer und Frauen auf allen Ebenen und Stellen.**[62] Eine motivierende Vergütung verstehen wir als Voraussetzung für eine erfolgreiche Beziehung zu unseren Mitarbeitern, mit der wir gleichzeitig unsere Anerkennung und Würdigung ihrer Arbeit und Ergebnisse ausdrücken. Auch deshalb bewerten wir regelmäßig die Gehälter unserer Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2020 stieg das Gehalt unserer Filialmitarbeiter in der Position Mitarbeiter Verkauf/ Kasse gegenüber 2019 durchschnittlich

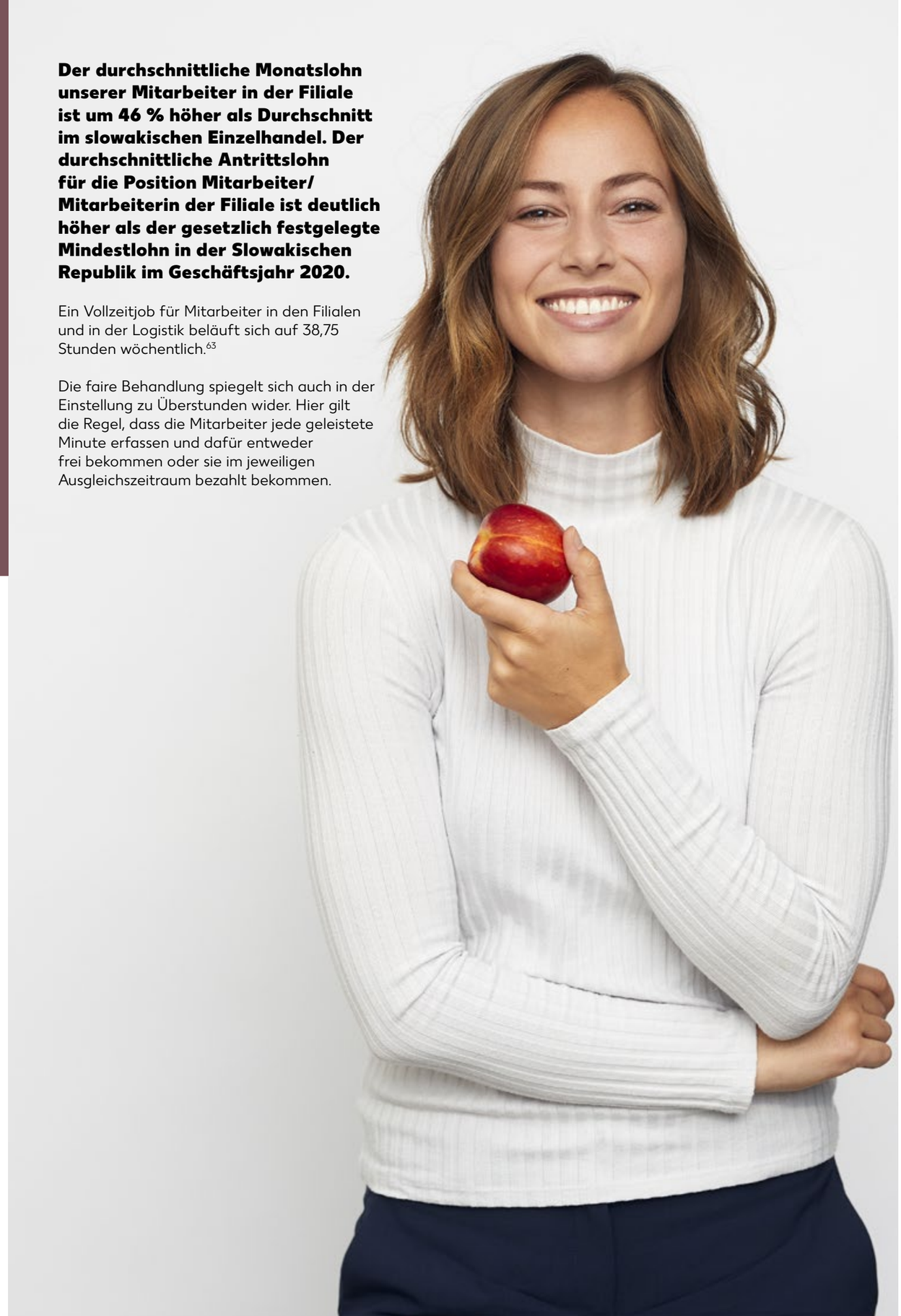
um 13,21 %

[61] GRI 103
[62] GRI 405-2
[63] GRI 202-1 Angesichts dessen, dass wir die gleiche Vergütung für Männer und Frauen garantieren, ist es irrelevant, den Antrittslohn nach Geschlecht anzugeben.

Der durchschnittliche Monatslohn unserer Mitarbeiter in der Filiale ist um 46 % höher als Durchschnitt im slowakischen Einzelhandel. Der durchschnittliche Antrittslohn für die Position Mitarbeiter/ Mitarbeiterin der Filiale ist deutlich höher als der gesetzlich festgelegte Mindestlohn in der Slowakischen Republik im Geschäftsjahr 2020.

Ein Vollzeitjob für Mitarbeiter in den Filialen und in der Logistik beläuft sich auf 38,75 Stunden wöchentlich.[63]

Die faire Behandlung spiegelt sich auch in der Einstellung zu Überstunden wider. Hier gilt die Regel, dass die Mitarbeiter jede geleistete Minute erfassen und dafür entweder frei bekommen oder sie im jeweiligen Ausgleichszeitraum bezahlt bekommen.



BENEFITS

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ist uns wichtig, daher bewerten wir die Benefits jedes Jahr neu und ergänzen sie bei Bedarf.

Benefits für Mitarbeiter im Hauptarbeitsverhältnis (Vollzeit und Teilzeit):[64]

- **Zuschüsse zu verschiedenen Lebensereignissen wie Hochzeit oder Kindsgeburt**
- **Sonderzahlungen bei einem Betriebsjubiläum**
- **Sonderzahlungen für Blutspender**
- **Sonderzahlungen an die Familie im Falle des Todes eines Mitarbeiters**
- **Weihnachtspäckchen und Geschenkgutscheine**
- **Sonderzahlungen für die Vermittlung eines Mitarbeiters**
- **Treueurlaub über den Rahmen des Arbeitsgesetzbuchs hinaus**
- **Sabbatical**
- **Multisport-Karte**
- **Obsttage**
- **Mitarbeiterrabatte**
- **gemeinsame Events**

Unseren Mitarbeitern bieten wir mehrere Möglichkeiten zur Regeneration ihrer Arbeitskraft und zur Erholung. Eine davon ist ein Sabbatical in Dauer von bis zu drei Monaten. Anspruch auf ein Sabbatical entsteht nach der Ableistung von mindestens fünf Jahren, wobei der Mitarbeiter diese Zeit zu verschiedenen Zwecken nutzen kann – für Reisen, Weiterbildung oder auch, um Zeit mit Familie oder Freunden zu verbringen. Nach Abschluss des Sabbaticals kehrt der Mitarbeiter an seinen Arbeitsplatz zurück und übt seine Aufgaben weiter aus. **Im Geschäftsjahr 2020 nutzen fünf Mitarbeiter einen Sabbatical und 14 Mitarbeiter nahmen mehr als eine Woche unbezahlten Urlaub.**

Eine wichtige Rolle im Angebot der Vergünstigungen stellen auch Aktivitäten zur Förderung der körperlichen Gesundheit dar. Schon das zweite Jahr haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, die Vorteile der Multisport-Karte zu nutzen, die ihnen eine sportliche oder eine Erholungsaktivität nach eigenen Präferenzen ermöglicht. Im Geschäftsjahr 2020 nutzen 646 Mitarbeiter diese Möglichkeit. Die Arbeitnehmer haben die Möglichkeit, das Fitnesszentrum im Gebäude der Zentrale zu nutzen. In den Filialen und in der Logistik stellen wir für die Mitarbeiter einmal wöchentlich Vitamine in Form von frischem Obst sicher, in der Zentrale einmal monatlich. Insgesamt stellten wir den Mitarbeitern im Geschäftsjahr 2020

fast 74 t Obst zur Verfügung.

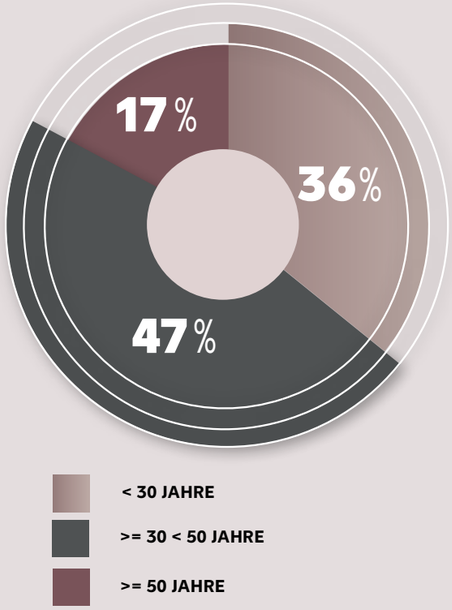
[64] GRI 401-2 Mitarbeiter in Festanstellung haben Anspruch auf die gleichen Boni, egal, ob sie Voll- oder Teilzeit arbeiten. Die folgenden Boni hat Kaufland 2019 nicht angeboten: Zuschuss zur Lebens-, Unfall- und Krankenversicherung, Zuschuss zur medizinischen Versorgung. Einer bestimmten Mitarbeitergruppe bieten wir Unfallversicherung, Lebens- und Haftpflichtversicherung. Im GJ 2020 betrifft dies 565 Mitarbeiter.

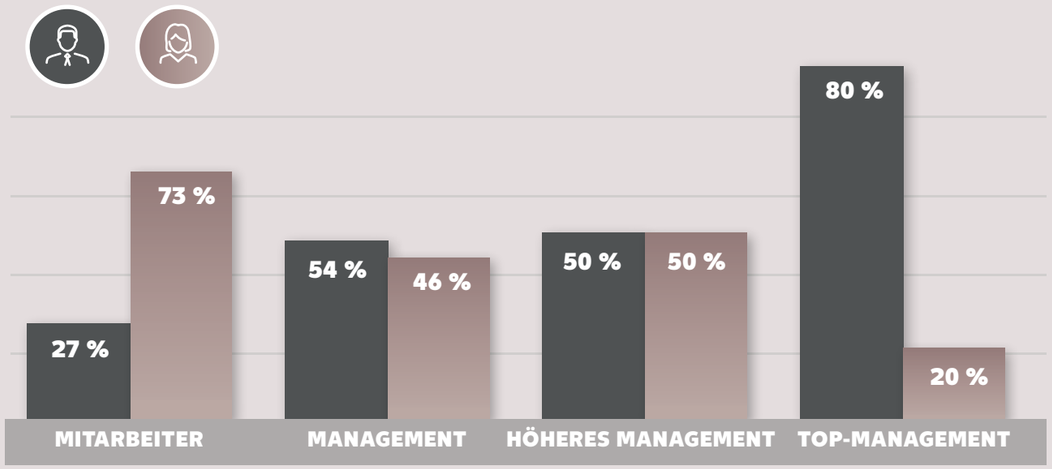
VIELFALT UND INTEGRATION

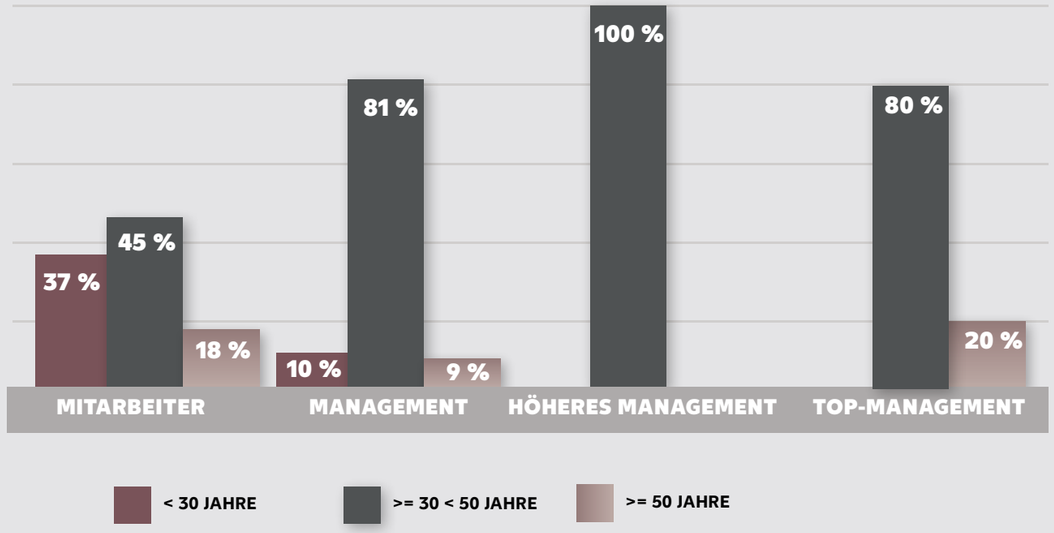
Als verantwortungsbewusster und fairer Arbeitgeber wollen wir gleiche Bedingungen für alle Mitarbeiter ungeachtet des sozialen Hintergrunds, der Überzeugung, der Herkunft, des Geschlechts, der sexuellen Orientierung oder des Alters schaffen. Mit dem Ziel, Vielfalt zu fördern, bieten wir unseren Mitarbeitern eine breite Auswahl an Maßnahmen bezüglich der Work-Life-Balance, der Chancengleichheit und verschiedene Karriere - und Aufstiegsmöglichkeiten an. Vielfalt ist für uns ein Erfolgsfaktor. Im Geschäftsjahr 2020 absolvierten sämtliche Mitarbeiter einschließlich derer mit Werkvertrag außerhalb des Arbeitsverhältnisses eine Schulung zur Vorbeugung von Diskriminierung und zur Steigerung der Sensibilität für dieses Thema.[65]

WIR FÖRDERN VIELFALT

Die Vielfalt ist ein Grundsatz, der es allen Menschen ohne Rücksicht auf ihre individuellen Unterschiede ermöglicht, ihr persönliches Potenzial voll zu entfalten. Für uns heißt das, Talente einzustellen und zu fördern. Die Arbeitnehmerstruktur von Kaufland ist vielfältig, auch angesichts der vertretenen Altersgruppen und Nationalitäten. In den Reihen unserer Mitarbeiter sind insgesamt **16 Nationalitäten** vertreten. Wir bieten Stellen für Berufseinsteiger und auch für Berufserfahrene an. In unserem Unternehmen sind Frauen stark vertreten, sie machen insgesamt 71 % aller Mitarbeiter aus. **Fast die Hälfte (46 %) aller Führungskräfte sind Frauen.**[66]







WIR ENGAGIEREN UNS AUF DEM GEBIET DER INTEGRATION BENACHTEILIGTER GRUPPEN

Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber engagieren wir uns auch bei der Integration benachteiligter Gruppen. **Jedes Jahr schließen wir Kooperationsverträge mit geschützten Werkstätten und fördern auf diese Weise ihre Aktivitäten.** Wir fördern die Eingliederung von Menschen aus dem autistischen Spektrum ins Arbeitsleben und das Ergebnis sind zwei Kollegen, die in der Zentrale arbeiten, einer in der Buchhaltung und der andere in der Lohnbuchhaltung.

GESCHÄFTS-JAHR 2020

263 Tsd. EUR

für geschützte Wersktätten

[65] GRI 103
[66] GRI 405-1

WORK-LIFE BALANCE

Einen Teil des Personal-Bereichs bildet die Abteilung Mitarbeiterbindung, die für Unternehmensbenefits, die Organisation von internen Events, für die interne Kommunikation bei Personalthemen sowie auch die Einbeziehung der Mitarbeiter in CSR-Aktivitäten zuständig ist. Die Schaffung von Bedingungen für die Vereinbarkeit von Arbeit und Familienleben sowie die Unterstützung der Mitarbeiter in verschiedenen Lebenssituationen sind uns wichtig.[67]

Die häufigste Form der Vereinbarung von Arbeitsleben und Kinderbetreuung ist die Wahl einer **Teilzeitanstellung**, die es Familien ermöglicht, die Arbeitszeit flexibel anzupassen und zu planen.

Die Mitarbeiter der Zentrale und die Verwaltungsmitarbeiter im Logistikzentrum haben eine flexible Arbeitszeit. Insgesamt handelt es sich um 512 Mitarbeiter, was 7,1 % aller Mitarbeiter entspricht.

Gleichzeitig dürfen die Mitarbeiter überall dort, wo es der Arbeitsinhalt erlaubt, **einmal in vierzehn Tagen von zu Hause aus arbeiten**, in außerordentlichen Situationen auch häufiger.

Eine spezifische Möglichkeit der Planung und Flexibilität in einer Notsituation, bei der Betreuung eines Kindes in Form eines **Familienraums**, können die Mitarbeiter der Zentrale nutzen. Das Büro für Eltern mit Kindern ist eine Kombination aus Büro und Kinderzimmer, dass den speziellen Bedürfnissen erwerbstätiger Eltern und ihrer Kinder angepasst ist.

GESCHÄFTS-JAHR 2020

38%

Teilzeitmitarbeiter

113

Mitarbeiter nutzten mobiles Arbeiten

[67] GRI 103

AUSBILDUNG UND ENTWICKLUNG

Die Entwicklung der Mitarbeiter ist eine der Prioritäten der Abteilung Entwicklung und Ausbildung, die umfassende, maßgeschneiderte Programme für Zielgruppen und deren individuelle Bedürfnisse gestaltet, ob es sich nun um Hochschulabsolventen, beginnende Manager oder die Entwicklung des höheren Managements handelt. Die Programme wurden sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene und in Zusammenarbeit mit externen Weiterbildungsunternehmen erstellt. Neben der Entwicklung bieten wir den Mitarbeitern auch hochwertige Weiterbildungsmöglichkeiten entsprechend ihren individuellen Bedürfnissen und fachliches und persönliches Wachstum an. Wir sind für das Talentmanagement, das Leadership-Programm und die Zusammenarbeit mit Mittelschulen im Bereich des dualen Studiums sowie der Berufsvorbereitung der Schüler zuständig.[68]

Die Unternehmenswerte und das Führungsleitbild sind Bestandteil der Einarbeitung jedes neuen Mitarbeiters im Rahmen des Begrüßungstags und des **Infotags**, ebenso sind sie ein Bestandteil des ersten Moduls des Programmes **„Neu in der Führung“**, das im vergangenen Geschäftsjahr 20 neue Führungskräfte absolvierten.

Durchschnittliche Stundendauer der Schulungen pro Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2020.[69]

ALLE MITARBEITER	MANN	FRAU	NICHTMANAGER-POSITIONEN	MANAGER-POSITIONEN
1,8	3,6	1	0,5	21

SCHULUNGEN

Schulungen absolvieren alle Mitarbeiter ungeachtet ihres Geschlechts oder Alters. Neuen Mitarbeitern bieten wir ein umfangreiches Einarbeitungssystem in Kombination mit einem On-the-Job-Training unter Aufsicht eines Mentors und eines Trainers und der Selbstausbildung in Form von Onlineschulungen. Dank dieses Systems werden bei uns Kenntnisse leicht vermittelt, unabhängig von der Zeit, und sie sind direkt mit der Arbeit verbunden. **Das Ausbildungsportal umfasst 163 Kurse und 17 Haupttätigkeiten (Succes Faktors),** in denen sich die Mitarbeiter im Zusammenhang mit ihrer Arbeitstätigkeit entwickeln können. Es handelt sich zum Beispiel um Schulungen zu Themen wie GDPR, Vorbeugung von Diskriminierung, Talentmanagement und Bewertung von Mitarbeitern, aber auch zum Arbeitsschutz, oder um spezifische Fachschulungen im Zusammenhang mit der ausgeübten Tätigkeit, z. B. für den Chef vom Dienst oder Fachschulungen im Rahmen der einzelnen Abteilungen der Filiale betreffend Prozesse und Abläufe, Hygienevorschriften usw.

GESCHÄFTS-JAHR 2020

79 011

absolvierte Schulungen im K-Weiterbildungsportal

Diese Schulungen wurden von Mitarbeitern absolviert, die ihre Arbeit auf der Grundlage eines Werkvertrags ausüben. Die Mitarbeiter entwickeln wir am meisten **on-the-Job**, mit Unterstützung des Vorgesetzten, oder in Form externer Schulungen, Workshops usw. Ein grundlegendes Verzeichnis aller Mitarbeiterschulungen ist im übersichtlichen **Weiterbildungskatalog mit Gültigkeit für das aktuelle Geschäftsjahr veröffentlicht.** Die einzelnen Schulungen sind so zusammengestellt, damit sie die Fähigkeiten der Mitarbeiter fördern, die diese für die Ausübung ihrer Arbeit sowie ihr Potenzial angesichts ihres weiteren Karrierewachstums und für zukünftige Herausforderungen im Zusammenhang mit ihrer persönlichen und Karriereentwicklung benötigen. Neben diesem Ausbildungskatalog bieten wir Fach- und Sprachkurse (Deutsch, Englisch), externes Coaching, Schulungen zur Förderung von Soft-Skills im Rahmen des Programms „Managerakademie“ und „Neu in der Führung“ sowie weiterer Fach- und Entwicklungsprogramme für das Management.

[68] GRI 103

[69] GRI 404-1 Die Angaben beinhalten keine On-the-Job-Trainings vom Supervisor

TALENTMANAGEMENT.

Die gezielte individuelle Entwicklung unserer Mitarbeiter ist für uns ungemein wichtig. Sie geht von der Bewertung der einzelnen Kompetenzen im Rahmen des Prozesses des Talentmanagements aus. Wir sind uns nämlich bewusst, dass eine gute Führung stets auch eine Reflexion des eigenen Verhaltens erfordert und konstruktive Kritik uns Raum für persönliche Entwicklung gibt. **Im Geschäftsjahr 2020 nahmen an Bewertungen**

3 990

Mitarbeiter teil,

was 100 % der Belegschaft entspricht, die die Bewertungsbedingungen erfüllten.[70] Bedingung ist dabei, dass der jeweilige Arbeitnehmer mit seinem Vorgesetzten mindestens sechs Monate zusammenarbeitete. Das Ergebnis der Jahresbewertung ist ein individueller Entwicklungsplan.

[70] GRI 404-3

Bewertungsablauf

KAUFLAND LEADERSHIP-PROGRAMM UND DUALES STUDIUM

Das Kaufland Leadership Programm richtet sich an Hochschulabsolventen, die im Laufe von 12 Monaten die Möglichkeit haben, praktische Erfahrungen, Fachkenntnisse oder Managerfähigkeiten mit Unterstützung eines Fachmentors zu gewinnen. Wir arbeiten auch intensiv **mit Sekundarschulen zusammen und bilden unsere zukünftigen Kollegen im Rahmen eines dualen Studiums aus.** Im Geschäftsjahr 2020 hatten wir

3
Trainees

54
duale Studenten

NEU IN DER FÜHRUNG

Das Ziel des Programms „Neu in der Führung" ist es, **neue Manager von Anfang an in ihrer neuen Position zu unterstützen und die Erwartungen im Zusammenhang mit den neuen Aufgaben und der Verantwortung zu erfüllen.** Im Rahmen des Programms machen sie sich mit unserem Leitbild, unserem Führungsverständnis und den grundlegenden Führungstools vertraut. Im Laufe des Programms wird der Teilnehmer von seinem Vorgesetzten begleitet.

FÜHRUNGSKRÄFTENTWICKLUNG

Anfang des Geschäftsjahres 2020 beteiligten wir uns an einem der umfassendsten Ausbildungsprogramme im Rahmen von Kaufland. **Die Managerakademie ist ein internationales Programm für alle Führungskräfte der Filiale** (Verkaufsleiter, Filialleiter und Abteilungsleiter) mit einer Dauer von zwölf Monaten. Der Vorgesetzte übernimmt die Position des Trainers und begleitet seine Mitarbeiter durch den gesamten Programmablauf, womit er direkt für ihre weitere Entwicklung verantwortlich ist und seine Rolle als Führungskraft gestärkt wird. **Sämtliche Trainings sind eng mit der Praxis verbunden und die Implementierung von Erfahrungen aus der alltäglichen Arbeit und ein regelmäßiges Feedback stellen eine langfristige Anwendung von Erkenntnissen aus dem Programm sicher.** Im Rahmen von vier Trainingsmodulen sammeln die Teilnehmer Erfahrungen, die es ihnen ermöglichen, ihre Führungsaufgaben noch besser zu organisieren und zu erfüllen. **Ein wichtiger Bestandteil ist die Ausarbeitung eines individuellen Entwicklungsplans für jeden Teilnehmer.** Auf diese Weise stellen wir die Nachhaltigkeit der erlangten Qualifikation auch nach Abschluss des Programms sicher.

RÜCKMELDUNG

Wir schaffen eine Umgebung, in der für Leistung und Engagement Anerkennung gezeigt wird, was die Mitarbeiter zu Höchstleistungen motiviert. **Ein regelmäßiges Feedback ist der Bestandteil unserer Unternehmenskultur.** Wir unterstützen intensiv eine offene Kommunikation auf allen Ebenen unseres Unternehmens und eine dauerhafte, gezielte Entwicklung all unserer Mitarbeiter. Ein Feedback geben aber nicht nur wir. Wir verlangen es auch regelmäßig von unseren Mitarbeitern im Rahmen **jährlicher Gespräche, wo jeder Mitarbeiter seinem Vorgesetzten ein Feedback gibt. Dies geschieht auch mittels der Mitarbeiterumfrage PULS.**

Ein wichtiger Bestandteil der Umfrage ist auch eine anschließende **Team-Debatte** über die Ergebnisse der Umfrage, wo die Mitarbeiter die Gelegenheit haben, konkrete Maßnahmen und Verbesserungsvorschläge zu äußern, die uns als Unternehmen voranbringen könnten.

ZIELE BEIM THEMA VERANTWORTUNGSBEWUSSTER ARBEITGEBER IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHREN[71]

ZIELE EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

UNTERZIEL 8.5
Bis 2030 eine volle und produktive Beschäftigung und eine würdevolle Arbeit für alle Männer und Frauen, einschließlich junger Menschen und Personen mit Behinderung sowie gleichen Lohn für gleichwertige Arbeit erreichen.

2021

» Lohnumfrage und Analyse der Lohnbedingungen und Benefits.

2022

» Aktualisierung der Löhne und Benefits und Bewertung der Änderungseffektivität.

2023 UND DANACH

» Wir wollen weiterhin ein attraktiver Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt sein, um beste Kandidaten auf dem Markt anzusprechen und anzulocken, gleichzeitig wollen wir systematisch die Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen, indem wir die besten Arbeits- und Entwicklungsbedingungen schaffen.

UNTERZIEL 4.4
Bis 2030 wesentlich die Anzahl der jungen Menschen und Erwachsenen erhöhen, die relevante Fertigkeiten, einschließlich technischer und beruflicher Fertigkeiten, für Ausbildung, eine würdevolle Arbeit und Business haben.

2021

» Entwicklung des Programms Talentmanagement zur Identifikation und Förderung von Talenten und Erstellung und Umsetzung individueller Entwicklungspläne.

» Vorbereitung und Einführung von Entwicklungsprogrammen für das niedrigere und mittlere Management, um Führungskompetenzen zu erweitern.

2022

» Start des 1. Entwicklungsprogramms für höheres Management.

2023 UND DANACH

» Die Stärke unserer Mitarbeiter ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, deshalb wollen wir unsere Mitarbeiter intensiv entwickeln, unterstützen und Wachstumsgelegenheiten schaffen. Durch die Erhöhung der Führungskompetenzen unserer Führungskräfte wollen wir die Umsetzung der unternehmerischen Führungsgrundsätze erfüllen.

» Als verantwortlicher und fairer Arbeitgeber wollen wir grundsätzlich gleiche Bedingungen für alle Mitarbeiter weiterhin sicherstellen und Möglichkeiten für Wachstum und persönliche Entwicklung von Frauen und Absolventen ohne Praktikum schaffen.

UNTERZIEL 5.5
Sicherstellung, dass Frauen gleiche Teilhabe und gleiche Gelegenheit für die Führung auf allen Entscheidungsniveaus im Politik-, Wirtschafts- und Öffentlichkeitsleben haben.

2022

» Erstellung eines Programmes zur Förderung von Frauen in Führungspositionen.

UNTERZIEL 3.4
Reduktion der vorzeitigen Sterblichkeit aufgrund nicht übertragbarer Krankheiten um ein Drittel durch Prävention und Behandlung sowie die Förderung der geistigen Gesundheit und des Wohlbefindens.

2021

» Schaffung technischer Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für die „mobile Arbeit" für möglichst viele Mitarbeiter.

2023 UND DANACH

» Unseren Mitarbeitern wollen wir ständig bessere Arbeitsbedingungen bieten und sie bei ihrer Work-Life-Balance unterstützen.

» Wir sind bewusst, dass die Gesundheit unserer Mitarbeiter, physische und psychische Behaglichkeit grundsätzliche Vorrausetzung für Motivation und Erfolg sind.

[71] GRI 102-15

BETRIEBLICHER UMWELTSCHUTZ

Im Alltagsgeschäft übernehmen wir ökologische, wirtschaftliche und soziale Verantwortung. Wir sind uns der Auswirkung unserer Unternehmenstätigkeit auf die Umwelt bewusst, daher setzen wir uns langfristig aktiv für den Umweltschutz ein. All unsere neu errichtetenn Filialen nutzen seit 2013 Kälteklimaverbund und für eine Energieeinsparung sorgt auch die Verwendung von LED-Beleuchtung. Auch werden alle neu errichteten Kälteanlagen mit umweltfreundlichem Kältemittel betrieben. Zudem sind für alle neuen Kühlregale Glastüren Standard, was den Energieverbrauch reduziert. In der Slowakei haben wir im Geschäftsjahr 2020 die erste Filiale errichtet, deren Dach mit Grünpflanzen bedeckt ist. Unsere Gesellschaft hat ein Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001 eingeführt. Wir sind uns keines Verstoßes gegen Umweltrichtlinien oder - verordnungen bewusst.[72]

David Horváth
Teamleiter Beschaffung

„Wir setzen in allen Bereichen unseres Unternehmens konsequent Maßnahmen zum Umwelt - und Klimaschutz um. Unsere Aktivitäten reichen vom Einsatz energieeffizienter Technik und der umweltbewussten Planung von Neubauten, über klimafreundliche Logistikprozesse bis hin zur Abfallvermeidung. Bei der Planung neuer Filialen oder bei der Erweiterung des Logistikzentrums richten wir uns nach auf internationaler Ebene definierten Anforderungen, die den Umweltschutz berücksichtigen. Kaufland-Filialen werden in verschiedenen Ländern nach den gleichen Standards gebaut.“

Für den Umweltschutz sind mehrere Abteilungen in der Gesellschaft zuständig:

- **Kälte-Energiemanager für den Energieverbrauch, den Effizienten Betrieb, neue Kühlmöbel bzw. Kältemittel und für Gesetzeinhaltung verantwortlich**
- **Das Bauprojektmanagmenet bei der Abteilung Expansion und Bau**
- **Projektmanager für Abfallwirtschaft in Logistik**
- **Teamleiter Beschaffung**

Wir beobachten und analysieren kontinuierlich jeden Bereich unseres Unternehmens – ob nun die Energieeffizienz der Filialen oder den dort anfallenden Abfall – und suchen nach Möglichkeiten, wie wir die Folgen für die Umwelt reduzieren können. Wir stellen uns regelmäßig ambitiöse Ziele, die wir in nächster Zeit erreichen wollen.[73]

[72] GRI 307-1
[73] GRI 103

EXPANSION MIT RÜCKSICHT AUF DIE UMWELT

Im Geschäftsjahr 2020 eröffneten wir drei neue Filialen – in Skalica, Svidník und Ľubotice bei Prešov. Jede Expansion stellt eine Umweltbelastung aus der Sicht der CO_2-Emission und der Abfallerzeugung. Auf der anderen Seite, dank der Eröffnung von Filialen in Städten, in denen wir zuvor nicht vertreten waren, konnten wird die Verfügbarkeit unserer Produkte und Dienstleistungen verbessern und die Beschäftigung und Wirtschaft in den Regionen in der Slowakei fördern.[74]

FILIALE	VERKAUFSFLÄCHE IN m²	BAUZEIT
SKALICA	2 835,00	15.07.2019 - 05.12.2019
SVIDNÍK	2 525,00	03.06.2019 - 23.01.2020
ĽUBOTICE	3 188,00	28.08.2019 - 27.02.2020

2018
2 Neueröffnete Filialen
5 Filialemodernisierung in einen neuen Filialtyp

2019
2 Neueröffnete Filialen
4 Filialemodernisierung in einen neuen Filialtyp

2020
3 Neueröffnete Filialen
3 Filialemodernisierung in einen neuen Filialtyp

LOGISTIKZENTRUM IN ILAVA

Um die Energiekosten zu senken, installierten wir im gesamten Komplex des Logistikzentrums **LED-Beleuchtung**. Die Kühlanlagen nutzen **ein umweltschonendes Gemisch auf natürlicher Basis und die durch Kühlung gewonnene Wärme wird zu Heizzwecken verwendet.** Wir installierten wasserlose Urinale, um Trinkwasser zu sparen, da man in der Slowakei für die Toilettenspülung Trinkwasser nutzt. Auf dem Grundstück **befinden sich auch Sickerbehälter zum Auffangen von Regenwasser** mit anschließender Beseitigung von Erdölstoffen.

[74] GRI 102-10, GRI 102-15, GRI 203-1

EMISSIONEN CO_2

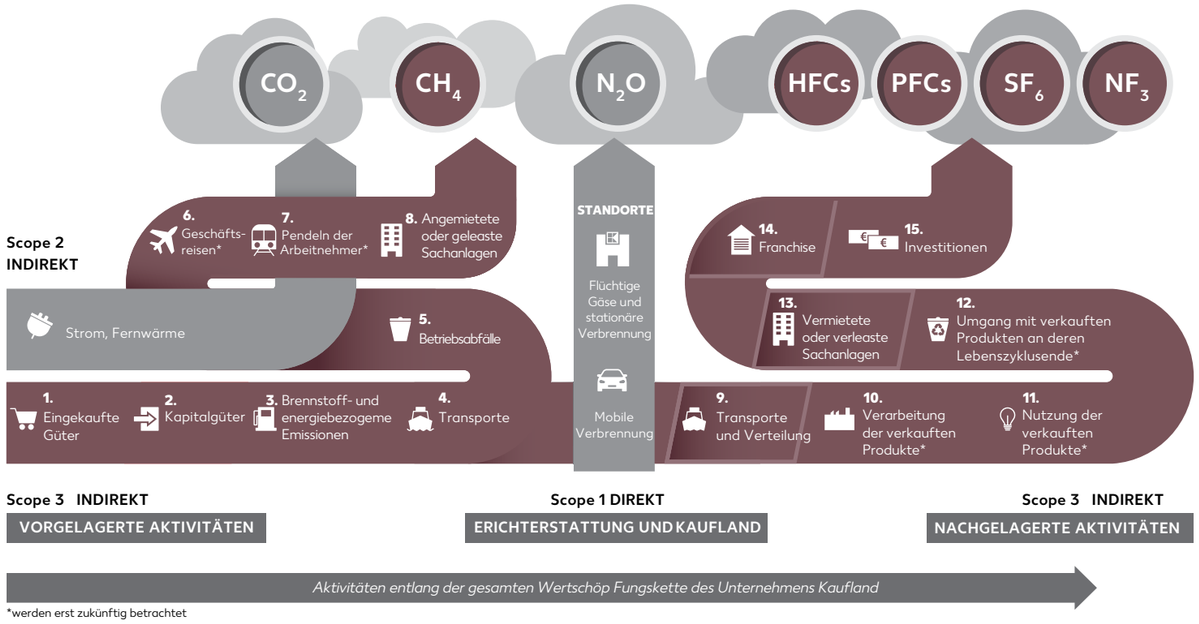
Wir treiben durch verschiedene Maßnahmen die Reduzierung der Emission von Treibhausgasen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit immer weiter voran. Um zukünftig die CO2 - Emissionen noch weiter senken zu können, fokussieren wir uns auf die Bereich Energie und Kälte.

Die Klimabilanz umfasst Treibhausgasemissionen innerhalb eines Geschäftsjahres, die durch die Geschäftstätigkeit von Kaufland direkt und indirekt freigesetzt werden. Um unterschiedliche Treibhausgase miteinander vergleichen zu können, wird deren Treibhausgaspotenzial zum Treibhausgas CO_2 als sogenanntes CO_2-Äquivalent (CO_2-eq) ausgewiesen. Zum Beispiel hat 1 kg Methan die gleiche treibhausschädigende Wirkung wie 28 kg CO_2 und würde in der Klimabilanz mit 28 kg CO_2-eq ausgewiesen.

Die Berechnung von Treibhausgasemissionen erfolgt in drei Schritten:
1. Erhebung der relevanten Verbrauchsdaten, z.B. Stromverbrauch
2. Falls nötig: Umrechnung der Verbrauchsdaten in Bezugseinheit des Emissionsfaktors (z.B. von m^3 auf kg)
3. Berechnung der THG-Emissionen (CO_2-eq): [kg CO_2-eq] = [ME Verbrauchsmenge] x [kg CO_2/ME Emissionsfaktor]

Scope der Kaufland-Klimabilanz

Direkte und indirekte Emissionen: Scope 1, 2, 3 nach dem GHG-Protokol



*werden erst zukünftig betrachtet

Ergebnisse anhand des GHG-Protokolls für die Geschäftsjahre 2019 und 2020[75,76]

		2019		2020	
		Emissionen (tCO_2e)	CO_2 Emissionen/m² Verkaufsfläche (VKF); VKF= Verkaufsfläche + Nebenfläche ($kgCO_2c/m^2$)	Emissionen (tCO_2e)	CO_2 Emissionen/m² Verkaufsfläche (VKF); VKF= Verkaufsfläche + Nebenfläche ($kgCO_2c/m^2$)
Scope 1	Flüchtige Gas	7 593,84	25,70	10 655,43	34,91
	Mobile Verbrennung	1 443,55	4,89	1 659,73	5,44
	Stationäre Verbrennung	3 780,93	12,80	3 766,85	12,34
INSGESAMT		**12 818,32**	**43,39**	**16 082,01**	**52,69**
Scope 2	Fernwärme	1 398,70	4,73	1 466,05	4,80
	Strom (marktorientierter Ansatz)	22 069,32	74,70	26 538,62	86,94
INSGESAMT		**23 468,02**	**79,43**	**28 004,67**	**91,74**
Scope 3	Eingekaufte Güter	12 274,00	41,54	14 787,61	48,45
	Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	7 147,39	24,19	7 192,15	23,56
	Transporte	8 650,92	29,28	8 295,67	27,18
	Betriebs-abfälle	7 674,50	25,98	5 538,82	18,15
INSGESAMT		**35 746,81**	**120,99**	**35 814,25**	**117,33**

Scope 1: Scope 1 umfasst alle CO_2 - Emissionen die direkt im Unternehmen anfallen und durch Kaufland gesteuert werden können (direkte CO_2 - Emissionen)

Scope 2: Scope 2 umfasst indirekte CO_2 - Emissionen, die durch die Erzeugung von zugekaufter Energie bei externen Energieversorgern entstehen

Scope 3: Sonstige indirekte Emissionen fallen unter Scope 3 umfasst die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette

[75] GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4
[76] Nicht erfasst werden THG-Emissionen, die mit der Produktionskette von den im Markt verkauften und eingesetzten Produkten entstanden sind. Durch Kundenverhalten verursachte THG-Emissionen wie Kundenfahrten, Produktnutzung und Entsorgung sind für diese Klimabilanz auch nicht relevant.

KÄLTE-KLIMA-VERBUND

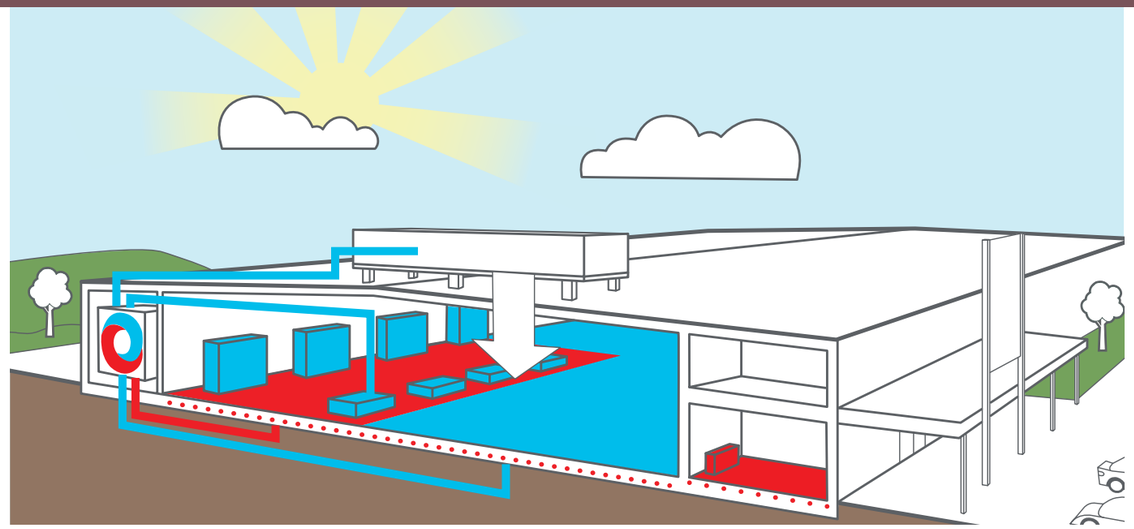
Seit 2013 bauen wir unsere Filialen mit Kälte-Klima-Verbund: momentan haben wir 19 davon.

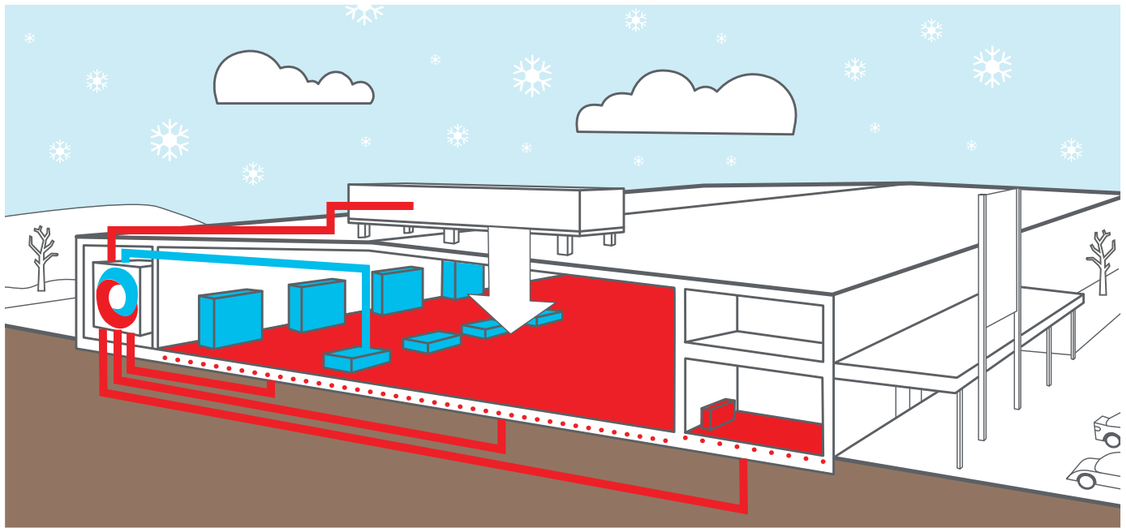
Dank des Kälte-Klima-Verbunds werden bislang ungenutzte Abwärme im Winter genutzt und natürliche Ressourcen wie Öl, Gas und Holz geschont. **Die Technologie kann 80 % der benötigten Wärmemenge abdecken.** Das Erdreich und die Bodenplatten dienen als Speicher und können die niedrigen Vorlauftemperaturen von 38 bis 40 Grad Celsius optimal nutzen. Des Weiteren wird die gespeicherte Wärme für die Lüftungsanlage, die Türluftschleier an den Eingängen und die Heizkörper in den Büro - und Sozialräumen genutzt. Büro - und Sozialräume sind zusätzlich mit einer klassischen Fußbodenheizung ausgestattet. Der restliche Bedarf an Wärme wird über eine integrierte Luft-Wasser-Wärmepumpe abgedeckt. Auf den Einsatz fossiler Energieträger können wir daher verzichten.

Im Sommer erzeugen die zusätzlich installierten Verdichter genügend Kälte, um Lüftungsanlage und Industriefußbodenheizung zu versorgen und die Raumtemperatur deutlich zu verbessern. Trotzdem nutzen wir weiterhin auch die Abwärme – beispielsweise für die Industriefußbodenheizung des Frischebereichs. Diese Abteilung wird ganzjährig mit der kostenlosen Wärme versorgt, da die Kühlregale gerade im Sommer die ganze Zone unangenehm auskühlen würden.
Im Geschäftsjahr 2020 wurden

1 834 t CO_2

dank Kälte-Klima-Verbund eingespart.





ENERGIEMANAGEMENT

Ein weiterer Schritt und Fortschritt im Bemühen um den Umweltschutz ist **die Zertifizierung nach der Norm ISO 50001**, die die Anforderungen an den Bau, die Aufrechterhaltung und die Verbesserung des Energiemanagements definiert. **Mit diesem Zertifikat erklären wir öffentlich unsere Verpflichtung zum sparsamen Umgang mit Energien zwecks Reduktion des negativen Einflusses unseres Unternehmens auf die Umwelt.** Das System ermöglicht die regelmäßige Überwachung und Auswertung der Energieeffizienz, des Verbrauchs und der effizienten Energienutzung. Dies wiederum hilft uns, Finanzen und Ressourcen zu sparen.

Im Rahmen der Förderung des Nachhaltigkeitskonzepts nutzen wir energieeffiziente Anlagen und tauschen alte Beleuchtung gegen LED-Technologien aus.

Im Geschäftsjahr 2020

49 von 70

Filialen hatten LED-Beleuchtung

Dank des Austauschs gegen LED-Beleuchtung senken wir den Stromverbrauch für die Beleuchtung der Verkaufsfläche im Durchschnitt um 25%.

Energieverbrauch im Geschäftsjahr 2019 und 2020 in Megajoule[77]

		2019	2020
Verbrauch von Brennstoffen aus nicht erneuerbaren Ressourcen	Gasverbrauch [78]	74 664 464,4	74 679 395,4
	Dieselverbrauch (Fuhrpark)	20 173 952,9	22 726 313,6
	Benzinverbrauch (Fuhrpark)	21 173,6	521 881,5
Wärmeverbrauch		20 485 526,4	21 471 818,4
Stromverbrauch		346 487 288,4	351 117 324,0
Gesamtenergieverbrauch		461 832 405,7	470 223 716,3

Für die Berechnung des Energieverbrauchs nutzten wir manuell abgelesene Zählerstände oder die Rechnungsunterlagen unserer Energielieferanten

Der Anstieg des Benzinverbrauchs in den Geschäftsjahren 2019 und 2020 wurde durch die Erweiterung des Fuhrparks mit bezingetriebenen Autos verursacht. Im GJ 2019 wurden ca. 40 000 km und im GJ 2020 schon ca. 146 000 km gefahren.

Stromverbrauch nach Bereichen in Geschäftsjahren in MegaJoule

	2019	2020
Stromverbrauch in den Filialen	315 369 417,6	323 209 083,6
Stromverbrauch im Logistikzentrum	30 136 658,4	27 019 173,6
Stromverbrauch in der Verwaltung	981 212,4	889 066,8
Gesamtstromverbrauch	346 487 288,4	351 117 324,0

Für die Berechnung des Energieverbrauchs nutzten wir manuell abgelesene Zählerstände oder die Rechnungsunterlagen unserer Energielieferanten

Intensität des gesamten Energieverbrauchs in Geschäftsjahren 2019 und 2020 in MegaJoule[79]

	2019	2020
Energieverbrauch pro Mitarbeiter	67 009,9	65 263,5
Energieverbrauch pro m² Verkaufsfläche	2 278,3	2 248,0

[77] GRI 302-1 Wir haben weder Kühlung noch Dampf eingekauft und wir verkauften keine von uns erzeugte Energie.
[78] Daten sind für Kalendarjahr 2019.
[79] GRI 302-3

LADESTATIONEN FÜR E-AUTOS UND E-BIKES

Wir bemühen uns, unseren Kunden entgegen zu kommen und sie auf umweltfreundliche Transportmöglichkeiten hinzuweisen. Deshalb installieren wir auf den Parkplätzen bei den Filialen **Ladestationen für E-Autos und E-Bikes. Das Laden ist gebührenfrei.**

Ihr Auto können sie bei folgenden Filialen laden:

» in Bratislava, auf Trnavskej ceste
» in Trnava, auf Trstinskej ceste
» in Lubotice bei Presov

FILIALE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER UMWELT

PAPIERLOSES BÜRO

Anstelle von klassischem Papier verwenden wir **Recyclingpapier und Papier mit FSC-Siegel.** Wir richten uns nach dem Motto „papierloses Büro" und bemühen uns um eine Reduktion des Papierabfalls.

» **Rechnungsstellung** - bei den Regierechnungen haben wir die elektronische Zustellung der Rechnungen bei 89,3 % der Lieferanten und bei Warenrechnungen 53,6 % über EDI und 41,2 % per E-Mail eingeführt.

» **Prospekte** – unsere Werbezeitung Kaufland, die wöchentlich herauskommt, ist zu 100 % recyclebar und wird auf Recyclingpapier mit einer Beimischung aus recycelter Papiermasse mit FSC-Zertifikat gedruckt.

E-AUTOS IM FUHRPARK

In unserem Fuhrpark verfügen wir auch über ein **E-Auto - ein echtes, rein elektrisches Fahrzeug mit null Kohlendioxidemissionen.** Im 2019 wurde es

101

für Dienstreisen verwendet.

BEKLEIDUNG UNSERER MITARBEITER

Unsere Mitarbeiter und die Umwelt sind uns wichtig, daher verteilen wir an die Mitarbeiter in den Filialen und im Logistikzentrum seit 2018 **Arbeitskleidung aus Fairtrade und GOTS-zertifizierte Biobaumwolle.**

WUSSTEN SIE?

Normale Baumwolle benötigt beim Anbau sehr viel Wasser – für die Herstellung eines T-Shirts sind rund 4 000 Liter Wasser notwendig. Außerdem nimmt der Baumwollanbau 2,5 % der weltweiten Wirtschaftsfläche ein, steht aber für 16 % des weltweiten Pestizidverbrauchs. Jährlich erleiden rund 77 Millionen Menschen in der Baumwollindustrie eine Pestizidvergiftung. **Bei Bio-Baumwolle mit GOTS-Zertifikat sinkt der Gesamtwasserverbrauch um 71 % und die Bio-Baumwolle enthält keine Schadstoffe.**

WASSER

Die Überwachung und Auswertung des Wasserverbrauchs ist wichtig, um eventuelle Verschwendung aufzudecken. **Der Wasserverbrauch des Unternehmens ging im Jahresvergleich um 9 % zurück.**

Der Wasserverbrauch in m3 im Geschäftsjahr 2019 und 2020[80]

	2019	2020
Wasserverbrauch in den Filialen	93 934,9	85 840,7
Wasserverbrauch im Logistikzentrum	10 604,0	9 779,0
Wasserverbrauch im Verwaltungszentrum	370,1	409,4
Gesamtwasserverbrauch	104 909	96 029,1

Für die Berechnung des Wasserverbrauchs nutzten wir die manuelle Ablesung der Wasseruhren.

[80] GRI 303-5 In der Slowakei haben wir keine Gebiete mit einem Wassermangelrisiko

ABFALL

Im Logistikzentrum und in den Filialen achten wir auf die Mülltrennung und **die Trennungsquote liegt bei 75 %, womit wir das Ziel der Slowakei und der EU bezüglich der Mülltrennungsquoten bis 2030 erfüllt haben.[81]** Im Verwaltungszentrum haben unsere Mitarbeiter Behälter für die Mülltrennung zur Verfügung. Behälter für gemischten Müll an den Tischen sind nicht erlaubt, um so zur Mülltrennung zu motivieren.

Wertstoffe in Tonnen im Geschäftsjahr 2020[82]

Recycling	13 319,00
Organik	3 038,00
Verbrennung	367,00
Deponierung	4 572,00
UNGEFÄHRLICHE WERTSTOFFE INSGESAMT	21 296,00
Thermische Verwertung	1,41
Recycling	2,37
Deponierung	0,41
Gefährliche Wertstoffe insgesamt	4,19
Wertstoffe insgesamt	21 300,19

Die Entscheidung über die Art der Abfallbehandlung geht aus der geltenden Rechtsprechung hervor. Die Mengen wurden von den einzelnen Dienstleistern auf der Grundlage des Wiegens der erhaltenen Abfallmengen eingeholt.

Ungefährliche Wertstoffenarten in Tonnen im Geschäftsjahr 2020

MATERIALART	MENGE
Papier, Pappe, Kartonage	12 303
Organischer Abfall	3 038
Kunststoff	661
Holz	367
Glas	149
Schrott	206
Restmüll	4 572
Wertstoffe insgesamt	21 296

Die Entscheidung über die Art der Abfallbehandlung geht aus der geltenden Rechtsprechung hervor. Die Mengen wurden von den einzelnen Dienstleistern auf der Grundlage des Wiegens der erhaltenen Abfallmengen eingeholt.

Nicht verkaufte Lebensmittel wie Obst und Gemüse, Brot und Backwaren, Reste tierischen Charakters (Fleisch) werden für die Herstellung von Bio-Gas verwendet und anschließend wird daraus Strom und Wärme erzeugt. Glas, Papier, Plastik und Metall recyceln wir. Holz schicken wir zur Energienutzung und gemischten Abfall zur weiteren Sortierung an die Abfallunternehmen, wo er anschließend recycelt wird.

Seit 2018 können die Kunden vor neun ausgewählten Filialen verwendetes Speiseöl abgeben. Im Geschäftsjahr 2020 wurden

11 285 kg

Speiseöl gesammelt.

[81] Gemäß Abfallgesetz muss die Abfalltrennungsquote bis Ende des Kalenderjahres 2025 bei 65 % und bis Ende des Kalenderjahres 2030 bei 70 % liegen

[82] GRI 306-2

ZIELE BEIM THEMA BETRIEBLICHER UMWELTSCHUTZ IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHREN[83]

ZIEL EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

UNTERZIEL 12.2
Bis 2030 ein nachhaltiges Management und eine effiziente Nutzung von Naturressourcen erreichen.

UNTERZIEL 12.5
Bis 2030 wesentliche Senkung der Abfallentstehung durch Prävention, Reduktion, Recycling und Wiederverwendung

2021

» Bis Ende des Geschäftsjahres 2021 wollen wir den Energieverbrauch um 1 % (in kWh/m² Verkaufsfläche) durch die Ergänzung der fehlenden Sekundärstromzähler senken. Dank dessen werten wir schnell und präzise den Verbrauch einzelner Technologien aus und decken rechtzeitig Stellen und Ursachen für einen übermäßigen Stromverbrauch auf. Dieses Ziel wollen wir auch durch den Austausch der Beleuchtung und Einbau von Frequenzwandlern für eine effizientere Lufttechnik erreichen.

» Wir starten das Projekt für umweltfreundliche Logistik mit dem ersten LKW mit LNG-Antrieb und sparen damit 20 % CO_2-Emissionen pro Fahrt im Vergleich zu herkömmlichen Diesel-LKW.

2022

» Sammelbehälter für gebrauchtes Speiseöl werden für Kunden in allen Filialen verfügbar sein.

2023 UND DANACH

» Wir tauschen in allen Filialen die klassische Beleuchtung mit hohem Verbrauch gegen neue sparsame LED-Beleuchtung aus.

» Einhaltung der Energiemanagementzertifizierung ISO 500001

» Wir senken die Menge an BIO-Abfall pro Filiale bis Ende des Geschäftsjahres 2023 um 20 %.

» Unser Ziel ist es, bis Ende des Kalenderjahres 2025 100 % unserer Eigenmarkenverpackungen maximal recyclingfähig zu machen und 20 % weniger Plastik zu verwenden.

[83] GRI 102-15

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Als in der Slowakei tätiges Unternehmen ist es für uns sehr wichtig, ein guter Partner für die Gemeinschaft zu sein, in der wir uns befinden. Wir richten uns nach dem Motto „Machen macht den Unterschied", denn nur durch das Machen tragen wir zu einer besseren Zukunft für uns alle bei.

Für das Engagement des Unternehmens für die Gesellschaft ist die Projektleiterin für CSR im Bereich Unternehmenskommunikation verantwortlich. Sie widmet sich den allgemeinen CSR-Aktivitäten und-projekten, implementiert internationale Projekte und Standards und repräsentiert das Unternehmen in der Kommunikation mit dem dritten Sektor. Sie trifft sich regelmäßig mit den für CSR verantwortlichen Vertretern der Fachabteilungen und gemeinsam setzen sie die CSR-Strategie im gesamten Unternehmen um. Unsere Strategie zur Förderung der Gemeinschaft basiert auf langfristigen Partnerschaften, in deren Rahmen wir jedes Jahr die Ziele für den nächsten Zeitraum neu auswerten.[84]

Martina Machánková
Projektleiter für CSR

„Wir helfen Menschen in Not, unterstützen Städte und Stadtteile und widmen uns der gesunden Ernährung unserer Kinder. Wir beteiligen uns an Freiwilligenprojekten wie Unsere Stadt und halten unsere Mitarbeiter an, bei ihrer täglichen Arbeit Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung zu beachten. Im Jahr 2018 gründeten wir den Stiftungsfonds Kaufland, der vom Zentrum für Philanthropie verwaltet wird und über den wir gemeinnützige Aktivitäten in der Slowakei fördern."

Betrag in Tsd.

GESCHÄFTSJAHR 2020[85]

UMSATZ	**1 193 660**
AUSGESCHÜTTETER WIRTSCHAFTLICHER WERT:	**1 169 697**
KOSTEN FÜR BESCHAFFUNG VON VERKAUFTEN PRODUKTEN	**848 465**
LÖHNE UND SONDERLEISTUNGEN	**122 169**
SONSTIGE BETRIEBS- UND FINANZKOSTEN	**163 778**
ZAHLUNGEN AN KAPITALGEBER	**32 401**
ZAHLUNGEN AN DIE REGIERUNG/DIE ÖFFENTLICHE VERWALTUNG	**2 362**
INVESTITIONEN IN DIE GEMEINSCHAFT	**523**
GEWINN OHNE DIVIDENDEN	**23 963**

[84] GRI 103
[85] GRI 201-1

ZUSAMMENARBEIT MIT DEM SLOWAKISCHEN ROTEN KREUZ

Helfen ist menschlich. Und sehr wichtig. Mit dieser Idee stimmen auch wir bei Kaufland überein, daher arbeiten wir bereits seit 2014 eng mit dem Slowakischen Roten Kreuz zusammen – einer Organisation, deren wichtigste Mission das Helfen ist. Das Ergebnis der bisherigen Zusammenarbeit

281 t
gespendete Lebensmittel

777 l
gespendetes Blut

16 Wagen
für mobile Sozialdienste

12 Zelte

BLUTSPENDE

Wir motivieren regelmäßig unsere Mitarbeiter und die Öffentlichkeit zur Blutspende mittels der Projekte Blutspenden im Theater und Gib ein paar Deziliter.

Blutspenden im Theater

Anlässlich des Weltblutspendetags, der am 14. Juni begangen wird, organisieren wir alljährlich in den Theatern Blutspenden. Unseren Mitarbeitern widmen wir zum Dank eine Theaterkarte und im Rahmen der Vergünstigungen haben sie Anspruch auf einen freien Tag. Im Geschäftsjahr 2020 in acht Theatern spendeten

311
Blutspender

fast
140
Liter Blut

Gib ein paar Deziliter

Zum Jahresbeginn rufen wir unsere Mitarbeiter dazu auf, Blut zu spenden. Im Geschäftsjahr 2020 haben

227
Mitarbeiter

102
Liter Blut gespendet.

„Laut Statistiken des Amtes für Arbeit, Soziales und Familie in der Slowakei gab es im August 2019 in der Slowakei 139 Tsd. registrierte Nothilfe-Empfänger. Mit Armut sind wir bei unserer Arbeit täglich konfrontiert. Pakete, die wir aus gesammelten Lebensmitteln vorbereiten, sind speziell für Familien mit mehreren Mitgliedern, sozial benachteiligte Bürger, Senioren und andere Leute, die oft unverschuldet in sozialle Not gerieten, bestimmt.“

Zuzana Rosiarová Kesegová
Generalsekretärin des Slowakischen Roten Kreuzes

LEBENSMITTELSAMMLUNG "WIR HELFEN MIT LEBENSMITTELN"

Jährlich im Oktober findet anlässlich des Welternährungstags in allen Kaufland-Filialen eine Lebensmittelsammlung für Menschen in Not statt. Und das ist das Ergebnis für das Geschäftsjahr 2020

72 t

Lebensmittel

815

Volontäre des Slowakischen Roten Kreuzes

4 800

Volontärstunden

MOBILER SOZIALER DIENST

Im Geschäftsjahr 2020 erweiterte das Slowakische Rote Kreuz seine Flotte um **6 neue speziell aufbereitete Fahrzeuge**.

WUSSTEN SIE, WAS MOBILE SOZIALE DIENSTE DES SLOWAKISCHEN ROTES KREUES SIND?

Die mobilen sozialen Dienste des Slowakischen Roten Kreuzes bieten insbesondere Transport- und Pflegeleistungen, aber auch soziale Beratung oder die Verteilung von Kleidung und Lebensmittelhilfe an. Der Transportdienst umfasst auch die Assistenz während des Transports oder bei Arztbesuchen. Der mobile soziale Dienst ist für Menschen in Not, Behinderte, Krebspatienten, Mütter mit Kindern oder jene gedacht, die in unzugänglichen Gebieten oder an Orten mit unregelmäßigem Nahverkehr leben oder das Haus nicht ohne Hilfe verlassen können. Mobile Soziale Dienste verringern auf diese Weise die soziale Isolation.

FRISCHE KÖPFE

Die Welt, in der wir leben, und auch die Zukunft unserer Kinder sind uns wichtig. Diese sollten gesund und voller Energie sein, damit sie ihre Kindheit genießen, und sich gleichzeitig richtig entwickeln können. Deshalb sind wir überzeugt, dass einer der Schlüssel dazu eine gesunde Ernährung mit frischen Lebensmitteln ist. Aus diesem Grund erstellten wir das Projekt „Frische Köpfchen", in dessen Rahmen wir die Kinder dazu motivieren, Obst und Gemüse zu essen.

Im Rahmen des Projekts Frische Köpfe suchten wir eine Projektschule für jede Filiale. Insgesamt meldeten sich für dieses Projekt 248 Grundschulen an. Die Schulen, die von den Kaufland-Kunden die meisten Stimmen in Bezug zur ausgewählten Filiale erhielten, bekamen jede Woche rund 200 Gramm Obst oder Gemüse für jeden Schüler während des gesamten Schuljahrs 2019/2020.

62
Partnerschulen

Fast
23 000
Schüler

Wöchentlich
4,5 t
Obst oder Gemüse

EUR
6 308
für Freizeitcenter

FÖRDERUNG BEI DER ERÖFFNUNG NEUER FILIALEN

Zusammen mit jeder Ersteröffnung einer Filiale in einer Stadt in der Slowakei wollen wir das dortige Leben fördern und zur seiner Verbesserung beitragen. Daher spenden wir während der ersten drei Tage nach der Filialeröffnung für die Tätigkeit einer lokalen Organisation 1 € von jedem Einkauf im Mindestwert von 20 €. Im Geschäftsjahr 2020 spendeten wir

SPENDE VON LEBENSMITTELN

Seit 2018 spenden wir der Lebensmittelbank der Slowakei regelmäßig Lebensmittel nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums. Im Geschäftsjahr 2020 beteiligten sich

50
Filialen an diesem Projekt und insgesamt spendeten

114 159
Artikel im Wert von

EUR
179 607

48
Filialen spendeten Produkte an

80
Organisationen in der gesamten Slowakei.

SPENDE VON NON FOOD PRODUKTEN

Jede Filiale kann unter vorab definierten Bedingungen Nonfood-Artikel an gemeinnützige Organisationen in ihrer Umgebung spenden. Zu solchen Organisationen gehören Kinderheime, Altersheime u. ä. Im Geschäftsjahr 2020

STIFTUNGSFONDS KAUFLAND

Den Stiftungsfonds Kaufland haben wir im Juli 2018 unter der gemeinnützigen Organisation Zentrum für Philanthropie mit dem Ziel gegründet, verschiedene gemeinnützige Projekte und Aktivitäten zu fördern.

Ein Bildungsprojekt für informelle Bildung und sinnvolle Freizeitgestaltung für Kinder von 6 bis 15 Jahren

19 000 EUR

Förderung talentierter Kinder der Kaufland-Mitarbeiter und Aktivitäten zur Förderung ihres Talents

22 050 EUR

Förderung des Slowakischen Roten Kreuzes

131 984 EUR

Die Unterstützung der Produktion eines Dokumentarfilms, der junge hoffnungsvolle Eishockeyspieler zum Sport motivieren soll,

10 000 EUR

ZIELE BEIM THEMA GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT IN DEN FOLGENDEN GESCHÄFTSJAHRENH[86]

ZIELE EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG, ZU DER WIR BEITRAGEN

UNTERZIEL 10.2
Bis 2030 Stärkung der Position und Durchsetzung der sozialen, politischen und wirtschaftlichen Integration aller, ungeachtet des Alters, Geschlechts, der Behinderung, der Rasse, der Herkunft, der ethnischen Zugehörigkeit, der Religion oder des wirtschaftlichen oder eines sonstigen Status

2021

» Wir starten ein Zuschussprogramm zur Unterstützung von Zentren für Kinder in Not in der Slowakei

[86] GRI 102-15

UNTERZIEL 12.2
Bis 2030 ein nachhaltiges Management und eine effiziente Nutzung von Naturressourcen erreichen.

UNTERZIEL 12.3
Bis 2030 Senkung des Anteils der globalen Lebensmittelverschwendung auf Einzelhandels- und Verbraucherniveau auf die Hälfte und Senkung der Lebensmittelverluste im Rahmen der Herstellungs- und Lieferketten einschließlich der Ernteverluste.

UNTERZIEL 17.17
Anregung und Durchsetzung effizienter öffentlicher, öffentlich-privater und ziviler Partnerschaften, die auf Erfahrungen basieren und Ressourcen für die Partnerschaftsstrategie liefern.

2021

» Wir finden eine Partnerschule für jede Filiale im Rahmen des Projekts Frische Köpfe.

2022

» Alle Filialen werden in das Projekt zur Spende von Lebensmitteln nach Ablauf des MHD einbezogen.

» Wir starten ein eigenes Freiwilligenprogramm unter den Mitarbeitern für Umweltschutz und den Umgang mit Plastik.

» Erweiterung der Lebensmittelsammlung auf 2 Tage und Einbidnung von unseren Mitarbeiter als Volontären.

2023 UND DANACH

» Jede Filiale wird eine gemeinnützige Partnerorganisation in Übereinstimmung mit der CSR-Strategie des Unternehmens haben und einen Rahmenvertrag mit dieser abschließen.

INDEX GRI[87]

GRI	SEITEN NUMMER	KAPITEL	BEMERKUNG
GRI 102: ALLGEMEINE INDIKATOREN 2016			
Unternehmensprofil			
GRI 102-1	2	Bericht	
GRI 102-2	12, 61	Vorstellung des Unternehmens; Sortimentsgestaltung	
GRI 102-3	3	Bericht	
GRI 102-4	11	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-5	12	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-6	10	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-7	14	Vorstellung des Unternehmens	Daten über Gesamtkapitalisation betrachten wir als vertraulich.
GRI 102-8	91 – 93	Betriebliche Abläufe	Wir gehen aus der Anzahl der Mitarbeiter aus, die mit der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika einen Arbeitsvertrag abgeschlossen haben, berechnet an Köpfe zum 29.02.2020
GRI 102-9	61 – 62	Sortimentsgestaltung	
GRI 102-10	61 – 62, 107	Sortimentsgestaltung; Betriebliche Abläufe	
GRI 102-11	22	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-12	18	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-13	18	Vorstellung des Unternehmens	
Strategie			
GRI 102-14	7		
GRI 102-15	56, 69, 74 - 75, 86, 104 - 105, 107, 116, 128 - 129	Produktion; Sortimentsgestaltung; Point of Sale; Betriebliche Abläufe; Gesellschaftliche Verantwortung	
Ethik und Integrität			
GRI 102-16	22 - 23	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-17	24, 45	Gesellschaftliche Verantwortung; Produktion	
Leitung			
GRI 102-18	16 - 17	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-19	16	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-20	16	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-21	30	Gesellschaftliche Verantwortung	
Stakeholder-Einbindung			
GRI 102-40	30 - 31	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-41			Ein Kollektivvertrag wird in der Regel zwischen Gewerkschaft und dem Arbeitgeber abgeschlossen, eine Gewerkschaft gibt es nicht bei uns. Aus diesem Grund ist kein Mitarbeiter mit dem Kollektivvertrag bedeckt.

[87] GRI 102-55

GRI	SEITEN NUMMER	KAPITEL	BEMERKUNG
GRI 102: ALLGEMEINE INDIKATOREN 2016			
Stakeholder-Einbindung			
GRI 102-42	30	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-43	30 - 31	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-44	32	Spoločenská zodpovednosť	
Berichtsprofil			
GRI 102-45	12	Vorstellung des Unternehmens	
GRI 102-46	27 - 29, 34	Gesellschaftliche Verantwortung	Jedes Thema ist in einzelnen Kapiteln näher beschrieben.
GRI 102-47	35	Gesellschaftliche Verantwortung	
GRI 102-48	n/a		Es ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht.
GRI 102-49	n/a		Es ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht.
GRI 102-50	2	Bericht	
GRI 102-51	3	Bericht	Es ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht.
GRI 102-52	3	Bericht	
GRI 102-53	3	Bericht	
GRI 102-54	2	Bericht	
GRI 102-55	130 - 133	Index GRI	
GRI 102-56	2, 134 - 135	Externe Prüfung	
THEMATISCHE SPEZIELLE INDIKATOREN			
GRI 201 Wirtschaftsleistung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	120	Gesellschaftliches Engagement	
GRI 201-1	120	Gesellschaftliches Engagement	
GRI 202 Marktanwesenheit 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	90, 94 - 96	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 202-1	96	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Daten gelten für 70 Filialen und ein Logistikzentrum in der Slowakei.
GRI 203 Indirekte ökonomische Auswirkungen			
203-1	107	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 204 Praktiken in der Lieferkette 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	60, 64	Sortimentsgestaltung; Thema: Förderung heimischer Produkte	
GRI 204-1	64	Sortimentsgestaltung; Thema: Förderung heimischer Produkte	
GRI 301 Materiale 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	78	Point of Sale; Thema: Umweltfreundliche Verpackungen	

GRI	SEITEN NUMMER	KAPITEL	BEMERKUNG
THEMATISCHE SPEZIELLE INDIKATOREN			
GRI 301 Materiale 2016			
GRI 301-1	79	Point of Sale; Thema: Umweltfreundliche Verpackungen	Auf dem Gebiet der Slowakischen Republik hergestellte und von den Lieferanten auf das Gebiet der Slowakischen Republik importierte Produkte sind nicht in diesem Bericht inbegriffen. Die Pflicht zur Meldung der Verpackungs- und Nichtverpackungsmenge an den Staat hat der jeweilige Lieferant bzw. Hersteller, nicht der Einzelhändler. Kaufland hat keinen Zugriff auf diese Informationen der Lieferanten.
GRI 302 Energie 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 302-1	111	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 302-3	111	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 303 Wasser und Abfallwasser 2018			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 303-5	114	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305 Emission 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-1	108	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-2	108	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-3	108	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-4 Intenzita emisií skleníkových plynov	108	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306 Abfallwasser und Abfälle 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306-2	115	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 307 Einklang mit Enviromentalverordnungen 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 307-1	106	Betriebliche Abläufe; Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 308 Lieferantenbewertung aus der Sicht der Enviromentalstandards 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	38 -39, 48	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen	
308-1	53	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen	
GRI 308-2	53	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen	
GRI 401 Beschäftigung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	90, 94 - 96, 98, 100	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 401-2	97	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Die Mitarbeiter in Festanstellung haben Anspruch auf die gleichen Boni, egal, ob sie Voll- oder Teilzeit arbeiten.

GRI	SEITEN NUMMER	KAPITEL	BEMERKUNG
THEMATISCHE SPEZIELLE INDIKATOREN			
GRI 404 Schulungen und Ausbildung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	90, 94 - 96, 98, 101	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
404-1	101	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Wir gehen aus der Anzahl der Mitarbeiter aus, die mit der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika einen Arbeitsvertrag abgeschlossen haben, berechnet an Köpfe zum 29.02.2020.
GRI 404-3	102	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Wir gehen aus der Anzahl der Mitarbeiter aus, die mit der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika einen Arbeitsvertrag abgeschlossen haben, berechnet an Köpfe zum 29.02.2020.
GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	90, 94 - 96, 98, 100	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 405-1	98	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Wir gehen aus der Anzahl der Mitarbeiter aus, die mit der Gesellschaft Kaufland Slovenská republika einen Arbeitsvertrag abgeschlossen haben, berechnet an Köpfe zum 29.02.2020
GRI 405-2	96	Betriebliche Abläufe; Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 408 Kinderarbeit 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	38 - 39, 40	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
GRI 408-1	42, 44	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
GRI 409 Zwangs - oder Pflichtarbeit 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	38 – 39, 40	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
409-1	42, 44	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
GRI 414 Lieferantenbewertung aus der Sicht der Sozialstandards 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	38 - 39, 40	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
414-1	44	Produktion; Thema: Soziale Standards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und Lieferkette	
GRI 416 Kundensicherheit und - gesundheit 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	38 - 39, 48	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen Sortimentsgestaltung; Thema: Ausbau des gesunden Sortiments	
GRI 416-1	48	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen	
GRI 416-2	48 – 50	Produktion; Thema: Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen in Produktionsprozessen	
GRI G4 Branchenspezifische Indikatoren: Lebensmittelverarbeitung			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusiv für 103-1, 103-2, 103-3)	60, 70	Sortimentsgestaltung; Thema: Ausbau des gesunden Sortiments	
FP 6 Prozent aus Gesamtumsatz von Produkten nach Produktkategorien mit dem reduzierten Anteil von Fett, Zuckerm Salz	70	Sortimentsgestaltung; Thema: Ausbau des gesunden Sortiments	Aus Grund der Informationunverfügbarkeit nach Produktkategorien führen wir Gesamtprozent aus Umsatz dieser Produkte

EXTERNE PRÜFUNG[88]

EY
Building a better working world

Ernst & Young Slovakia, spol. s r.o.
Žižkova 9
811 02 Bratislava
Slovenská republika

Tel: +421 2 3333 9111
Fax: +421 2 3333 9222
ey.com

Správa nezávislého odborníka

Manažmentu spoločnosti Kaufland Slovenská republika v.o.s.:

Táto správa je vyhotovená pre manažment spoločnosti Kaufland Slovenská republika v.o.s. (ďalej len "spoločnosť") pre účely poskytnutia limitovaného uistenia pre vybrané údaje vstupujúce do správy o trvalej udržateľnosti pripravenej spoločnosťou za finančný rok končiaci 29. februára 2020 (ďalej len "Správa o trvalej udržateľnosti") v súlade so štandardmi Global Reporting Initiative ("GRI").

Predmetné informácie a platné kritériá

Zákazka na uisťovacie služby sa vzťahuje na predmetné informácie v rámci Správy o trvalej udržateľnosti na stranách 64, 91-93, 101, 120, zlučujúce informácie o aktivitách spoločnosti na Slovensku (spolu "vybrané informácie"), ktoré boli vyhotovené na základe štandardov GRI za obdobie finančného roku 2020 (od 1. marca 2019 do 29. februára 2020). Limitované uistenie je vydávané na nasledujúce GRI indikátory: Informácie o zamestnancoch a iných pracovníkoch (102-8), Vygenerovaný a rozdistribuovaný priamy ekonomický úžitok (201-1), Priemerný čas školenia na rok a zamestnanca (404-1) a Pomer nákupov od lokálnych dodávateľov (204-1).

Obmedzenie použitia

Správa je vyhotovená iba na účely uvedené v prvom odstavci tejto správy a nesmie byť využitá na iný účel ako dodatok Správy o trvalej udržateľnosti. Správa sa vzťahuje výlučne na vybrané informácie a nemôže byť spájaná s inými účtovými závierkami spoločnosti alebo s inými časťami Správy o trvalej udržateľnosti.

V najširšom rozsahu povolenom zákonom nepreberáme zodpovednosť za túto správu voči nikomu inému ako spoločnosti a jej manažmentu.

Zodpovednosť manažmentu spoločnosti

Manažment spoločnosti je zodpovedný za prípravu, zber a prezentáciu vybraných informácií podľa štandardov GRI. Manažment je najmä zodpovedný za dizajn a implementáciu interných kontrolných mechanizmov tak, že zabráni vzniku významných nesprávností vo vybraných informáciách.

Manažment spoločnosti je zodpovedný za zabezpečenie úplnosti a presnosti dokumentácie poskytnutej odborníkovi. Manažment spoločnosti je tiež zodpovedný za systém vnútornej kontroly, ktorý zabezpečí primerané uistenie, že vyššie opísaná dokumentácia neobsahuje významné nesprávnosti, či už z dôvodu podvodu alebo chyby.

Zodpovednosť odborníka

Uskutočnili sme uisťovaciu zákazku v súlade s Medzinárodným štandardom pre uisťovacie zákazky ISAE 3000 (revidované znenie). Podľa tohto štandardu máme dodržiavať etické požiadavky, naplánovať a vykonať preverenie tak, aby sme získali limitované uistenie o vybraných informáciách.

Dodržiavame Medzinárodný štandard na kontrolu kvality ISQC 1 a máme zavedený systém na kontrolu kvality, vrátane zdokumentovaných zásad a postupov pre dodržiavanie súladu s etickými požiadavkami, odbornými štandardami a relevantnými legislatívnymi požiadavkami.

Spoločnosť zo skupiny Ernst & Young Global Limited
Ernst & Young Slovakia, spol. s r.o., IČO: 35 840 463, zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sro, vložka číslo: 27004/B a v zozname audítorov vedenom Slovenskou komorou audítorov pod č. 257.

EY
Building a better working world

Dodržiavame nezávislosť a iné etické požiadavky Etického kódexu pre účtovných odborníkov IESBA, ktorý stanovuje základné zásady integrity, objektívnosti, odbornej spôsobilosti a náležitej starostlivosti, dôvernosti a profesionálneho správania.

Zvolené postupy závisia od odborného úsudku odborníka. Medzi tieto postupy patrí najmä komunikácia s osobami poverenými zberom a vykazovaním vybraných informácií a dodatočné procedúry zamerané na získanie dôkazov týkajúcich sa vybraných informácií.

Uisťovacia zákazka zodpovedá limitovanému uisteniu. Časovanie, typ a škála uisťovacích procedúr je tým pádom limitovaná oproti procedúram pri primeranom uistení. Tento fakt má za následok celkové nižšie uistenie.

V súvislosti s vybranými informáciami uvedenými vyššie sme vykonali najmä tieto procedúry:

- Rozhovory s vybraným personálom spoločnosti, zodpovedným za konkrétne vybrané oblasti, pre pochopenie procesu zberu a kompilácie vybraných informácií, ktoré boli použité v reporte
- Previerku vybraných informácií z hľadiska detailného posúdenia a odsúhlasenia na zdrojovú podkladovú dokumentáciu na báze vybraných vzoriek
- Analytickú previerku vybraných informácií a ich súladu s našimi očakávaniami a posúdenie ich celkovej primeranosti
- Prepočítanie vybraných informácií na báze vybranej vzorky
- Posúdenie prezentácie a zverejnenia vybraných informácií v rámci Správy o trvalej udržateľnosti.

Záver

Na základe vykonaných procedúr a získanej podpornej dokumentácie sme nezistili významnú skutočnosť, ktorá by vyžadovala prehodnotenie vybraných informácií tak, aby boli v súlade so štandardmi o trvalej udržateľnosti GRI.

21. decembra 2020
Bratislava, Slovenská Republika

Ernst & Young Slovakia, spol s r.o.
Licencia SKAU č. 257

Marek Mikolaj
Licencia UDVA č. 1038

[88] GRI 102-56