

MACHEN MACHT DEN UNTERSCHIED



Bericht zur Nachhaltigkeit

Slowakei

1. 3. 2020 - 28. 2. 2022

Machen
macht
den
Unterschied.



Kaufland

A close-up photograph of two hands, one above the other, cupping a mound of dark, rich soil. The hands are positioned in the center-right of the frame. The background is a soft, out-of-focus sunset or sunrise, with warm orange and yellow light filtering through the air, creating a hazy, ethereal atmosphere. The lighting is warm and directional, coming from the upper left, casting soft shadows and highlighting the texture of the skin and the grain of the soil. The overall mood is one of care, stewardship, and connection to nature.

Über unseren Bericht

GRI 102-1
GRI 102-50 Der vorliegende Bericht ist der zweite Nachhaltigkeitsbericht von Kaufland Slovenská republika v. o. s. und umfasst den Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 28. Februar 2022 (Geschäftsjahre 2020 und 2021). Der Bericht fasst alle strategischen Ziele, Maßnahmen, Projekte und Aktivitäten des Unternehmens zusammen, die erhebliche soziale, wirtschaftliche und ökologische Auswirkungen haben und von allen Beteiligten als relevant eingestuft wurden. Der Bericht enthält eine Reihe von Daten, die mit dem vorangegangenen Berichtszeitraum vergleichbar sind, und zeigt auch die Entwicklung bestimmter Indikatoren für unsere Tätigkeit im Laufe der Zeit auf.

Wir beschreiben unsere Aktivitäten ausführlicher in thematischen Kapiteln, die sich an die Wertschöpfungskette unseres Unternehmens orientieren: Natürliche Ressourcen und Landwirtschaft, Lieferkette und Verarbeitung, Betrieb und Prozesse, Kunden und Gesellschaft. Dieser Zweijahresbericht enthält auch ein thematisches Kapitel über unsere Maßnahmen für Mitarbeiter und Kunden und philanthropische Aktivitäten im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie.

Wir bedanken uns bei allen Kolleginnen und Kollegen innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens für ihre Anregungen, Ideen und ihre aktive Beteiligung an der Erstellung unseres zweiten Nachhaltigkeitsberichts. Wir wissen das sehr zu schätzen.

Methodik der Berichterstattung

GRI 102-54 Dieser Bericht wurde nach den internationalen Standards der GRI - Global Reporting Initiative erstellt, den weltweiten Standards für die Berichterstattung über die soziale Verantwortung der Unternehmen und die Nachhaltigkeit. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards in einer Basisversion (core") erstellt. Auf die verwendeten Indikatoren wird im GRI-Inhaltsindex verwiesen, der auf den Seiten 208 bis 213 zu finden ist.

Zielgruppe

Dieser Nachhaltigkeitsbericht richtet sich an unsere Geschäftspartner, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Vertreter des öffentlichen und gemeinnützigen Sektors sowie an andere Fachleute, die breite Öffentlichkeit und die Medien.

GRI 102-51 Datum der Veröffentlichung dieses Berichts: **23. 12. 2022**
Datum des letzten Berichts: **22. 12. 2020**

Berichtszyklus

GRI 102-52 Wir planen, den Nachhaltigkeitsbericht weiterhin alle zwei Jahre zu veröffentlichen. Unser Ziel ist es, dass wir auch durch die in diesem Bericht veröffentlichten Informationen transparent und regelmäßig unsere Erfolge, aber auch die Herausforderungen bei der Erreichung festgelegter Ziele offenlegen.

Externe Überprüfung

GRI 102-56 Die Übereinstimmung des Berichts mit der Methodik der GRI-Standards wurde während der Erstellung des Berichts von Pontis Impact, s. r. o. geprüft. Ausgewählte Indikatoren des Berichts wurden von der externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Mazars Slovensko, s.r.o. überprüft. Die Stellungnahme des Wirtschaftsprüfers zum Bericht ist auf Seite 214 zu finden. Die von Mazars Slovensko, s.r.o. geprüften spezifischen Kennzahlen sind im Text des Berichts direkt mit dem Symbol  gekennzeichnet.

Ansprechpartner für alle Fragen zum Bericht oder dessen Inhalt

GRI 102-53 Martina Machánková
Projektleiterin
für soziale Verantwortung
csr@kaufland.sk

Sitz der Gesellschaft

GRI 102-3 Kaufland Slovenská republika v. o. s.
Trnavská cesta 41/A
831 04 Bratislava
Slowakische Republik



GRI 102-14 Als großes multinationales Unternehmen nehmen wir die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt wahr. Unser Ziel ist es, nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit zu handeln und unser Geschäft weiterzuentwickeln, um künftigen Generationen die Befriedigung ihrer Grundbedürfnisse zu ermöglichen und dabei die natürlichen Funktionen von Ökosystemen zu erhalten und ohne ihre Vielfalt nicht einzuschränken. Der Slogan „Machen macht den Unterschied“ ist charakteristischer Ausdruck unseres Ansatzes – wir handeln konkret und durchdacht, was zu positiven Veränderungen führt.

Wir gehören seit langem zu den führenden Einzelhandelsketten in der Slowakei, sei es in Bezug auf die Produktqualität oder die Kundenzufriedenheit, was durch die Anzahl der erhaltenen Auszeichnungen belegt wird, auf die wir entsprechend stolz sind. Diese geben uns Bestätigung, dass wir das, was wir tun, richtig machen und motivieren uns gleichzeitig, uns ständig zu verbessern. Uns liegt nicht nur die Zufriedenheit unserer Kunden, sondern auch unserer Mitarbeiter am Herzen. Sie haben Unterstützung durch ihre Manager/Vorgesetzten, die sie bei ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung unterstützen. Unsere Unternehmenswerte „Fairness,

Dynamik und Leistung“ treiben uns jeden Tag voran und lassen uns immer mehr zu unseren Kunden bringen.

Als Lebensmittelhändler möchten wir nachhaltige Alternativen auch in deren Produktion unterstützen. Unser Ziel ist es, ein Umdenken im Anbau von Nutzpflanzen sowie in der Viehzucht zu erreichen. In Zusammenarbeit mit den Landwirten in der Slowakei versuchen wir, die Umwelt zu verbessern und die Verschmutzung von Boden, Luft und Wasser in der Landwirtschaft zu verhindern. Wir fördern ökologische Formen der Landbewirtschaftung, die Verwendung von zertifizierten Rohstoffen und haben strenge Regeln für den Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden

Wenn man Kaufland sagt, denken viele Verbraucher automatisch an Lebensmittel. Aber auch Non-Food-Waren, wie z.B. Textilien, sind ein wichtiger Bestandteil unserer Produktpalette. Es ist wichtig für uns, negative Auswirkungen auf Umwelt und Klima zu vermeiden und gleichzeitig die Verschwendung natürlicher Ressourcen zu verhindern, nicht nur beim Anbau von Pflanzen und der Aufzucht von Tieren oder in der Landwirtschaft, sondern auch bei der Herstellung von Kleidung und anderen Produkten.

„Machen macht den Unterschied“ ist nicht nur ein Slogan.

Wir sind davon überzeugt, dass es nicht mehr ausreicht, nur ein Lebensmittelverkäufer zu sein. Wir möchten unseren Kundensichere und qualitativ hochwertige Produkte anbieten. Neben Qualität und Sicherheit setzen wir auch auf Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Produktpalette. Aufgrund der Zusammensetzung unseres Produktportfolios haben wir als eines der größten Lebensmittelunternehmen in der Slowakei einen erheblichen Einfluss auf die Verbesserung des nachhaltigen Konsums. Wir erhöhen schrittweise die Anzahl der zertifizierten Produkte in unserem Sortiment und setzen uns in diesem Bereich hohe Ziele.

Genauso wie wir uns bemühen, nicht nur ein weiterer Lebensmittelverkäufer zu sein, ist es unser langfristiges Ziel, auch im Bereich Human Resources zu glänzen. Wir wollen ein moderner und attraktiver Arbeitgeber sein, der seinen Mitarbeitern Stabilität, faire Vergütung und Sozialleistungen, ein angenehmes Arbeitsklima sowie Möglichkeiten zur Weiterentwicklung und Weiterbildung bietet. Dass es uns gut geht, bestätigt auch die Auszeichnung TOP EMPLOYER, die wir bereits das vierte Jahr in Folge erhalten haben.

Wir verfolgen und analysieren ständig jeden Bereich unseres Geschäfts – sei es der Energieverbrauch der Filialen oder der von uns verursachte Abfall. Wir suchen nach Möglichkeiten, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Durch den Einsatz moderner Baustoffe und Innovationen erfüllen wir die gesetzlichen Anforderungen rund ums Bauen und übertreffen sie in vielen Punkten sogar. Wir setzen energieeffiziente Technologien ein, planen ökologische Gebäudekonstruktionen, optimieren Logistikprozesse. Wir sind uns bewusst, dass jeder Bau eines Ladens eine Belastung für die Umwelt darstellt, nicht nur in Bezug auf CO₂-Emissionen, sondern auch den Verlust von Grünflächen, Biodiversität und erzeugtem Abfall. Andererseits haben wir dank der Eröffnung von Geschäften in Städten, in denen wir vorher nicht tätig waren, die Verfügbarkeit unserer Produkte und Dienstleistungen erhöht und die Beschäftigung und die Wirtschaft in Regionen in der ganzen Slowakei unterstützt. Überall und in allen Bereichen unseres Unternehmens setzen wir konsequent Maßnahmen zum Schutz von Umwelt und Klima um. Wir haben uns Klimaziele gesetzt, die wir bis 2025, der Zeitpunkt an dem unser Unternehmen klimaneutral werden soll, durch geplante Maßnahmen kontinuierlich erreichen werden.

Auf Ebene der Schwarz Gruppe haben wir unter dem Namen REset Plastic einen umfassenden internationalen Ansatz zum Thema Kunststoff entwickelt. Ziel ist es, die Menge an gebrauchten Kunststoffen zu reduzieren, Kreislaufwirtschaft unterstützen und das Bewusstsein für dieses Thema zu schärfen. Die REset Plastic-Strategie der Schwarz Gruppe besteht aus fünf Bereichen (REduce, REdesign, REcycle, REmove, REsearch), die jeweils unterschiedliche Maßnahmen und Aktivitäten zur Unterstützung der Zielerreichung umfassen. Darin kämpfen wir zum Beispiel gegen Einwegprodukte und unterstützen Mehrwegalternativen, reduzieren den Verbrauch von Verpackungsmaterialien in Geschäften und erneuern gleichzeitig Prozesse in Logistik und Lieferketten.

Die Unterstützung heimischer Produzenten ist Teil unserer Geschäftsstrategie. So sind slowakische Produkte in den Segmenten Molkerei, Bäckerei, Wein und Geflügel sowie Obst und Gemüse vertreten. Durch die Zusammenarbeit mit einheimischen Lieferanten stärken wir die slowakische Wirtschaft und erhöhen die Beschäftigung in den Regionen der Slowakei. In allen unseren Filialen in der Slowakei bieten wir unter unserer eigenen Marke bewährte slowakische Qualitätslebensmittel aus slowakischen Rohstoffen an K – Z lásky k tradícii (deutsch: K- Aus Liebe zur Tradition). In dem Projekt zur Unterstützung regionaler Anbieter – Z našich regiónov (deutsch: Aus unseren Regionen) bieten wir Produkte mit traditionellen Rezepten, aber auch verschiedene Innovationen traditioneller Produkte an..

Für regionale Lieferanten, aber auch für Lieferanten unserer eigenen Markenprodukte, bieten wir Beratung zum Aufbau von Kooperationen, zu rechtlichen Anforderungen und zum Knowhow im Zusammenhang mit dem Angebot von Produkten für Lebensmittelketten. Wir unterstützen sie auch bei der Wahl des Verpackungsmaterials und der vorgeschriebenen Kennzeichnung der Produkte. Wir garantieren den Erzeugern den Kauf konstanter Mengen angebauter Pflanzen, wodurch sie während der gesamten Saison einen garantierten Absatz haben und wissen, wie sie ihre weitere Entwicklung und Investitionen in die Produktion planen können.

Ein verlässlicher und unterstützender Partner für die Gemeinschaft zu sein, in der wir wirken, sowie fair und verantwortungsbewusst zu handeln, ist seit Jahren Teil unserer DNA. Im Bereich der Gemeinschaftsunterstützung basiert unsere Strategie auf langfristigen Partnerschaften, gemeinsamen Werten, gegenseitigem Vertrauen und enger Zusammenarbeit. Wir engagieren uns für Menschen in Not, insbesondere durch Projekte mit dem Slowakischen Roten Kreuz. Mit dem Projekt Frische Köpfe und den Aktivitäten im Rahmen dieses Projekts wollen wir die Ernährungsgewohnheiten von Kindern in Kindergärten und Grundschulen verbessern. Dabei unterstützt uns die Bürgervereinigung „Wirklich gesunde Schule“ mit ihrem Fachwissen. Wir konzentrieren uns auch auf die Förderung des freiwilligen Engagements unserer Mitarbeiter und bieten ihnen jedes Jahr mehr Möglichkeiten zur Realisation in diesem Bereich. Darüber hinaus führen wir gemeinnützige Aktivitäten mit Hilfe von Projekten und Förderprogrammen unseres Kaufland-Stiftungsfonds bei der Stiftung des Zentrums für Philanthropie durch."



Paul Pauls

Geschäftsführungsvorsitzender
Kaufland Slovenská republika v.o.s.



Inhaltsver- zeichnis

Inhaltsverzeichnis

01	Über uns	
	Zwei Jahre intensiver Betreuung	8
	Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	16
02	Ressourcen und Landwirtschaft	
	Nachhaltige Landwirtschaft	36
03	Lieferkette und Verarbeitung	
	Umwelt-, Klima- und Ressourcenschonende Lieferkette/Produktion	54
	Förderung heimischer, regionaler Produkte	64
04	Betrieb und Prozesse	
	Betrieblicher Umweltschutz	84
	Verantwortungsvoller Arbeitgeber	100
	Korruptionsbekämpfung / Compliance	124
05	Kunde und Gesellschaft	
	Ausbau nachhaltiges Sortiment	136
	Umweltfreundliche Verpackungen	152
	Gesellschaftliches Engagement für Mensch & Umwelt	164
06	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	174

Vorwort	4
GRI-Inhaltsindex	208
Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers	214

01 Über uns



Zwei Jahre intensiver Betreuung



In Krisensituationen, wie der COVID-19-Pandemie, helfen wir dort, wo es nötig ist. Wir denken aber auch an die Gesundheit und den Schutz unserer Mitarbeiter. Ohne sie und ihr Engagement könnten wir in der kritischsten Zeit keine Lebensmittel und lebensnotwendigen Güter mehr verkaufen.



MITARBEITER ZUERST

Wir haben unsere Mitarbeiter mit Schutzausrüstung ausgestattet und in allen Filialen und im Zentrallager in Ilava zertifizierte Desinfektionsgeräte direkt in die Belüftungsanlagen eingebaut. Wir haben alle Räumlichkeiten, Geräte und Einrichtungen intensiv und häufig desinfiziert. An den Kassen brachten wir Schutzscheiben aus Plexiglas und Bodenaufkleber an, um sicherzustellen, dass die Kunden den Zwei-Meter-Abstand einhielten. Wir haben die aktuelle Situation und die Maßnahmen in Bezug auf die Arbeitsleistung aktiv über alle internen Kommunikationskanäle kommuniziert - **MitarbeiterApp, Intranet, Plakate, Newsletter usw.** Den Verwaltungsmitarbeitern haben wir technische Geräte zur Verfügung gestellt, damit sie ihre Aufgaben von zu Hause aus erledigen können. Wir haben mobile Desinfektionssponder an allen Eingängen des Verwaltungsgebäudes, des Zentrallagers und der Filialen installiert.

Aufgrund der anhaltend schwierigen Situation haben wir ab Mitte Februar 2021 damit begonnen, allen Mitarbeitern im Zentrallager und in den

Filialen täglich die **FFP2-Atemschutzmasken** zur Verfügung zu stellen. Den Arbeitnehmern über 65 Jahren haben wir ermöglicht, zu Hause zu bleiben und einen Lohnersatz von 100 % ihres Durchschnittsverdienstes zu erhalten. Nach Ausbruch der Pandemie haben wir die regelmäßige Menge von Obst erhöht und Vitaminpackungen hinzugefügt. Wir haben die Loyalität und den Einsatz unserer Mitarbeiter in der kritischsten Zeit finanziell belohnt und die Leistungen, die die Mitarbeiter aufgrund der ungünstigen epidemiologischen Situation nicht in Anspruch nehmen konnten, kompensiert.

WIR SIND FÜR SIE DA. GEMEINSAM HABEN WIR ES GESCHAFFT

In der Art von Sondersituation, in der sich unsere Gesellschaft während der Pandemie **COVID-19-Krankheit** befand, war das Wichtigste, ruhig und gelassen zu bleiben und im Sinne des sozialen Zusammenhalts zu denken und zu handeln. In der Praxis bedeutete dies, sowohl beim Einkaufen als auch im Privatleben verschiedene Vorsichtsmaßnahmen einzuhalten. Unsere Mitarbeiter in den Filialen und im Logistikzentrum haben alles dafür getan, dass unsere Kunden alles bei uns kaufen konnten, was sie brauchten. Für die Sicherheit - nicht nur unserer Kunden - haben wir besorgt:

- Desinfektion der Luft in allen Filialen direkt durch zertifizierte Desinfektionsgeräte
- Installation von mobilen Ständen mit Desinfektion am Eingang jeder Kaufland-Filiale
- Tägliche Desinfektion von Filialen und deren Ausstattung (Einkaufswagen, Kassen, Einkaufsbänder und andere Berührungsflächen)
- Einhaltung der von der RÚVZ festgelegten Sicherheitsvorschriften
- Beschränkung der Zahl der Kunden auf Verkaufsfläche aufgrund von Maßnahmen des Krisenstabs der Slowakischen Republik
- Vorrangige Einkaufszeiten für Senioren



PARTNERSCHAFTEN UND GEZIELTE HILFE ZUR RECHTEN ZEIT

FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG VON 60 000 EURO FÜR DAS SLOWAKISCHE ROTE KREUZ

Gemeinsam mit unserer Schwesterfirma Lidl spendeten wir für die Freiwilligen des Slowakischen Roten Kreuzes **60 000 Euro** zur Sicherung von Leistung der Hilfe für ältere, einsame und kranke Menschen sowie Anschaffung von Schutz- und Desinfektionsmitteln für die Freiwilligen

LEBENSMITTEL FÜR BEDÜRFTIGE

Die traditionelle Lebensmittelsammlung, die wir jedes Jahr im Oktober gemeinsam mit dem Slowakischen Roten Kreuz in unseren Filialen organisieren, mussten wir aufgrund der Pandemie-Situation verschieben. Da jedoch die Zahl derer, die während der Pandemie weiterhin Nahrungsmittelhilfe benötigten, zunahm, haben wir erneut **12 Tonnen Lebensmittel** in der Form von **700 Lebensmittelpakete** gespendet. Das Slowakische Rote Kreuz verteilte sie an diejenigen, die die Hilfe am dringendsten benötigten.

"Der Inhalt des Lebensmittelpakets sollte ausreichen, um ein paar warme Mahlzeiten für die ganze Familie zuzubereiten und die Kinder vielleicht mit etwas Süßem zu verwöhnen."

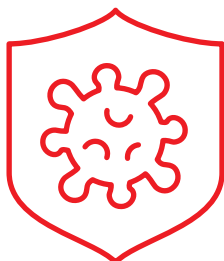
**Generalsekretärin des Slowakischen Roten Kreuzes
Zuzana Rosiarová Kesegová**

Wir haben auch unsere Zusammenarbeit mit der Slowakischen Lebensmittelbank fortgesetzt, an die wir auf Wunsch der Präsidentin **35 Tonnen Lebensmittel** gespendet haben, auch für bedürftige Menschen in der gesamten Slowakei. Andere Einzelhändler und Lebensmittelketten haben sich dieser Initiative angeschlossen, und gemeinsam haben wir bis zu **170 Tonnen Lebensmittel und Hygieneprodukte** gespendet.



WIR HELFEN DORT, WO DAS LEBEN BEGINNT UND ENDET

Im März 2020 haben wir gemeinsam mit unserer Schwesterfirma Lidl beschlossen, lebensrettende Geräte für das Universitätskrankenhaus in Bratislava bereitzustellen. Wir haben dem Krankenhaus zwei **CARDIOHELP** Systeme gespendet, im Wert von mehr als **140 000 Euro**, die in den schwersten Stadien der Krankheit das Herz oder die Lunge unterstützen oder vollständig ersetzen können. In der ersten Welle haben wir die Immunität von Patienten und Mitarbeitern von Krankenhäusern und Pflegeheimen in der gesamten Slowakei mit mehr als **62 Tonnen** Obst und Gemüse unterstützt, und wir haben unsere Unterstützung auch in der zweiten Welle fortgesetzt. Seit Dezember 2020 lieferten wir verschiedene Lebensmittel an die am stärksten frequentierten Krankenhäuser, um das Personal in der ersten Linie zu erfrischen und zu stärken. Seit Dezember 2020 haben wir stets Erfrischungsgetränke und Nachschubprodukte an die Mitarbeiter des Gesundheitswesens in der ersten Linie geschickt, die zu diesem Zeitpunkt in den am stärksten belasteten Krankenhäusern arbeiteten, um die COVID-19-Patienten in den kritischsten Phasen der Pandemie zu pflegen. Die Krankenhäuser wurden auf der Grundlage von Informationen des Instituts für Gesundheitsanalyse ausgewählt. Insgesamt waren es mehr als **65 Tonnen Lebensmittel** im Wert von mehr als **46 000 Euro**.



BLÜHENDER DEZEMBER

Auch für den gesamten Sektor war das Corona-Jahr ein schwieriges Jahr, da der Absatz von anderen Waren als Lebensmitteln und Drogerieartikeln beschränkt wurde. Auch Waren wie Pflanzen und Blumen wurden in das Verbot aufgenommen. In der Vorweihnachtszeit haben wir jedoch sowohl in unseren Filialen als auch in unserem Zentrallager eine Reihe von Pflanzen und Blumen für unsere Kunden bestellt. Da wir sie nicht verkaufen konnten, haben wir über das Slowakische Rote Kreuz und die lokalen Behörden **13 Tausend Blumen für Senioren in den Wohnheimen und in ihren Haushalten** gespendet und wir haben die Blumen auch an die Entnahmestellen während der landesweiten Testens verteilt.

AUSWEITUNG DER ZUSAMMENARBEIT MIT SLOWAKISCHEN LIEFERANTEN

Wir unterstützen die heimische Wirtschaft und erhöhen die Beschäftigung in den Regionen **auch durch Kooperationsprojekt mit regionalen Lieferanten aus der gesamten Slowakei**. Wir haben dieses Projekt auch während der Pandemie fortgesetzt. Unsere Unterstützung in schwierigen Zeiten wurde sowohl von kleinen als auch von größeren Lieferanten wahrgenommen, und wir haben vielen von ihnen durch diese schwierige Zeit geholfen. Zusätzlich zu den Ausfällen bei anderen Kunden konnten einige der lokalen Lieferanten ihre Zusammenarbeit mit unserer Gesellschaft auf mehrere Filialen ausweiten.



AUCH WÄHREND DER CORONA IST ES NOTWENDIG SPASS ZU HABEN UND SICH ZU ENTSPANNEN

Dank des Programms U vás doma (Bei euch zu Hause) wurden in einige slowakische Wohnsiedlungen und andere slowakische Haushalte durch regelmäßige Sendungen der **RTVS Musik**, Poesie oder Folklore übertragen. Mit dem Betrag **7 500 Euro** haben wir uns auch an der Initiative **Wer wird der Slowakei helfen**, beteiligt, U vás doma mit Kaufland war also nicht nur ein Spaß, sondern auch ein Dankeschön an die Menschen, die in der ersten Linie gegen das Virus kämpfen. Außerdem haben wir unsere Online-Unterhaltungsprogramme an dem Nikolaustag, Weihnachten und dem Valentinstag fortgesetzt.

ATEMSCHUTZMASKEN NICHT NUR ZUM SCHUTZ, SONDERN AUCH FÜR GUTE LAUNE

Sich selbst und die Umgebung zu schützen, ist in Corona-Jahren allmählich zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Lebens der Menschen geworden. Viele suchten nach einer Möglichkeit, die Atemschutzmasken fröhlich und stilvoll zu halten. Da nicht jeder eine solche Maske zu Hause anfertigen kann, haben wir zusammen mit unserem langjährigen Partner, der Behindertenwerkstatt in Liptovský Mikuláš, eine Reihe von Masken mit lustigen Motiven entwickelt, die nicht nur den Kunden, sondern auch ihrer Umgebung den Tag verschönerten. Dank unserer gemeinsamen Zusammenarbeit konnte die Werkstatt die Produktionskapazität von **150 auf 1 000** Masken pro Tag erhöhen.



BEIM EISHOCKEY MIT KAUF LAND GING ES IM JAHR 2020 NICHT NUR UM TORE

Die Unterstützung der slowakischen Eishockey-Nationalmannschaft und auch der Extraliga ist seit 2017 Teil unserer Aktivitäten. Im Corona-Jahr haben wir uns aber gemeinsam mit dem Slowakischen Eishockeyverband auch in der Hilfe für unsere Nächsten engagiert und junge Eishockeyspieler auch mit einbezogen. Im April 2020 folgten dem Aufruf, soziale Einrichtungen bei regelmäßigen Einkäufen zu unterstützen, mehr als **50 Jugendliche**, die die Sozialarbeiter und die Ausbilder für soziale Rehabilitation in bis zu **40 Einrichtungen in der ganzen Slowakei** entlastet haben. Da die Eishockey-Weltmeisterschaft in der Schweiz aufgrund der damaligen Situation abgesagt wurde und daher keine neuen Trikots genäht werden mussten, beschlossen wir gemeinsam mit dem slowakischen Eishockeyverband, die freien Kapazitäten zu nutzen und ließen Masken für die am meisten bedrohte Bevölkerungsgruppe anfertigen. Gemeinsam spendeten wir den Senioren in Pflegeheimen bis zu **6 500 Stück genähte Masken**.



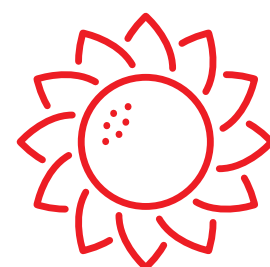
"Die Situation ist sehr ernst und äußerst kompliziert. Unsere Mitarbeiter sind mit vollem Einsatz dabei und müssen sich mit Situationen auseinandersetzen, die wir in der Slowakei noch nicht erlebt haben. Wir versuchen, den extremen Ansturm zu bewältigen, so gut wir können. Ihre Hilfe bedeutet für uns, dass wir in der Lage sind, Probleme, die von Minute zu Minute auftreten, schnell zu lösen. Deshalb möchte ich mich bei all jenen bedanken, die Tag und Nacht im Einsatz sind, und bei all jenen, die ihr Bestes tun, um ihre Unterstützung sicherzustellen."

UND DAS TRAF UNS NOCH HÄRTER...

Am Tag des Ausbruchs des Krieges in der Ukraine, als wir erfuhren, was geschehen war, dass Menschen aus ihren Häusern flohen und auf die Hilfe verschiedener Organisationen angewiesen waren, die unmittelbar nach dem Grenzübergang in die Slowakei mit ihnen in Kontakt standen und versuchten, ihnen zumindest die Grundbedürfnisse des Lebens zu erfüllen, suchten wir nach einer Möglichkeit, so schnell wie möglich zu helfen - mit **Lebensmitteln**. Wieder einmal haben wir uns mit unserer Schwesterfirma Lidl zusammengetan und gemeinsam dem Slowakischen Roten Kreuz Lebensmittel im Wert von **500 000 Euro** gespendet, die die Mitarbeiter des Slowakischen Roten Kreuzes nach und nach an die Bedürftigsten verteilen.

Später wurde eine Spende von Einkaufsgutscheinen im Wert von **400 000 Euro** realisiert, mit dem unser Unternehmen dazu beigetragen hat, Menschen zu helfen, die aufgrund des Kriegskonflikts aus der Ukraine geflohen sind. Die Gutscheine wurden wieder verantwortungsvoll vom Slowakischen Roten Kreuz verteilt. Zusammen mit anderen Ketten haben wir auch andere materielle Hilfe geleistet, die wir gemeinsam als Mitglieder der Slovenská aliancia moderného obchodu/der Slowakischen Allianz des modernen Geschäfts den Menschen an den Grenzübergängen gespendet haben. Dabei handelte es sich hauptsächlich um nicht verderbliche Grundnahrungsmittel, grundlegende Hygieneartikel, aber auch um Babynahrung und Windeln.

Zuzana Rosiarová Kesegová,
General-
sekretärin des
Slowakischen Roten
Kreuzes



A photograph of a supermarket interior, specifically the meat section. In the foreground, a customer is seen from behind, standing near a refrigerated display case filled with various cuts of meat. A shopping cart is partially visible on the right. In the background, a staff member in a uniform and cap is working behind a counter. The store has a modern design with wooden paneling on the walls and ceiling. The word 'MÄSO' is mounted on the wall in large, white, 3D letters. A large, semi-transparent text overlay is positioned in the center of the image.

MÄSO

Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021



UDENINY





Kaufland als Teil von Unternehmen der Schwarz Gruppe

*Die Schwarz Gruppe beschäftigt derzeit mehr als **530 000** Mitarbeiter und betreibt mehr als **13 300** Filialen und Fachbetriebe in mehr als **30** Ländern.*

Die Schwarz Gruppe ist eines der führenden internationalen Handelsunternehmen.

Der Gesamtumsatz des Konzerns für das Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 133,6 Milliarden Euro. Aufgeteilt in einen Produktions-, Handels- und Umweltbereich deckt die die Schwarz Gruppe den gesamten Wertschöpfungszyklus ab. Lidl und Kaufland sind ihre Säulen im Lebensmitteleinzelhandel. Viele Eigenmarkenprodukte in den Regalen von Kaufland und Lidl, von Eiscreme bis zu Getränken, werden in der Schwarz Produktion produziert. Besonderer Wert wird auf die Verwendung nachhaltiger Rohstoffe und

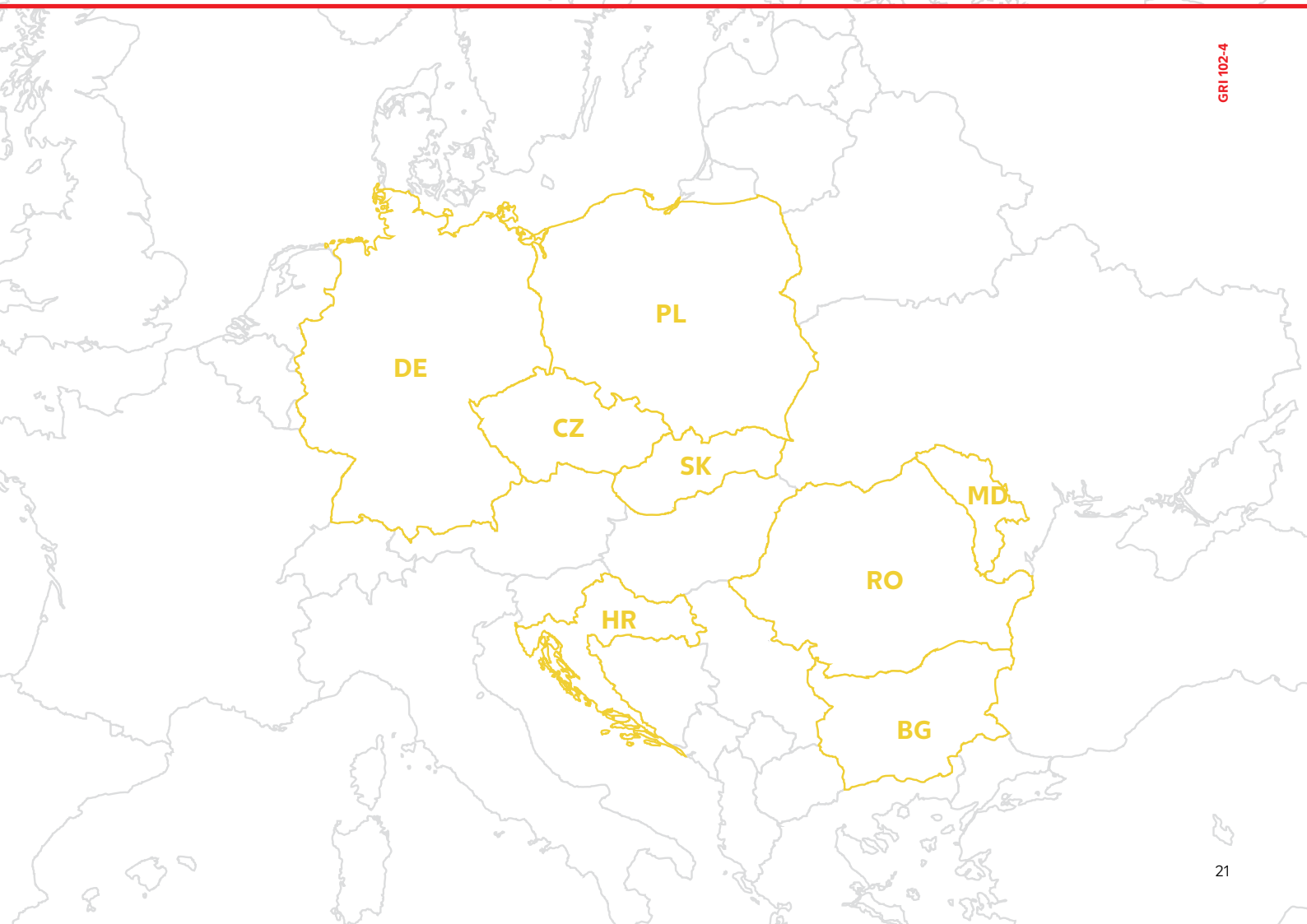
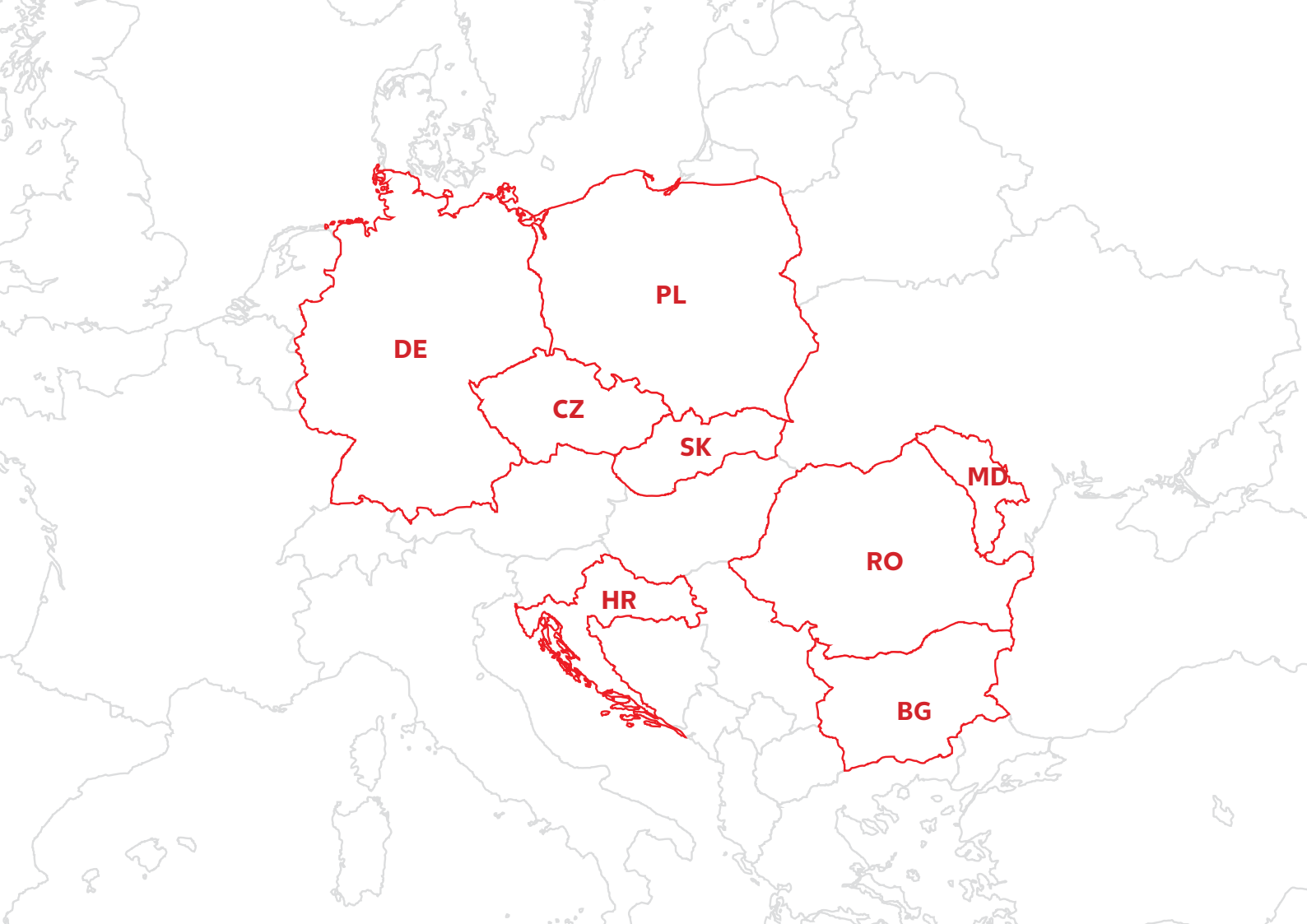
umweltfreundlicher Verpackungen gelegt. Mit ihrem Umweltdienstleister PreZero verfolgt die Schwarz Gruppe ihre Vision einer Kreislaufwirtschaft in der Abfall- und Kreislaufwirtschaft und trägt so zu einer saubereren Zukunft bei. Schwarz Dienstleistungen, die Unternehmenssparte der Gruppe, erbringt administrative und operative Dienstleistungen. Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe teilen eine gemeinsame Nachhaltigkeitsvision: Global verantwortlich handeln mit Vielfalt.

Kaufland auf der Welt

GRI 102-4, GRI 102-6
Zusätzlich zu **Deutschland** und **Slowakei**
hat Kaufland-Einzelhandelsnetz Filialen in
anderen **sechs** europäischen Ländern - in der
Tschechischen Republik, in Polen, Kroatien,
Rumänien, Bulgarien und Moldawien.

8 Länder
mehr als 1 400 Filialen
mehr als 143 000 Mitarbeiter
17 Logistikzentren
5 Fleischverarbeitungswerke





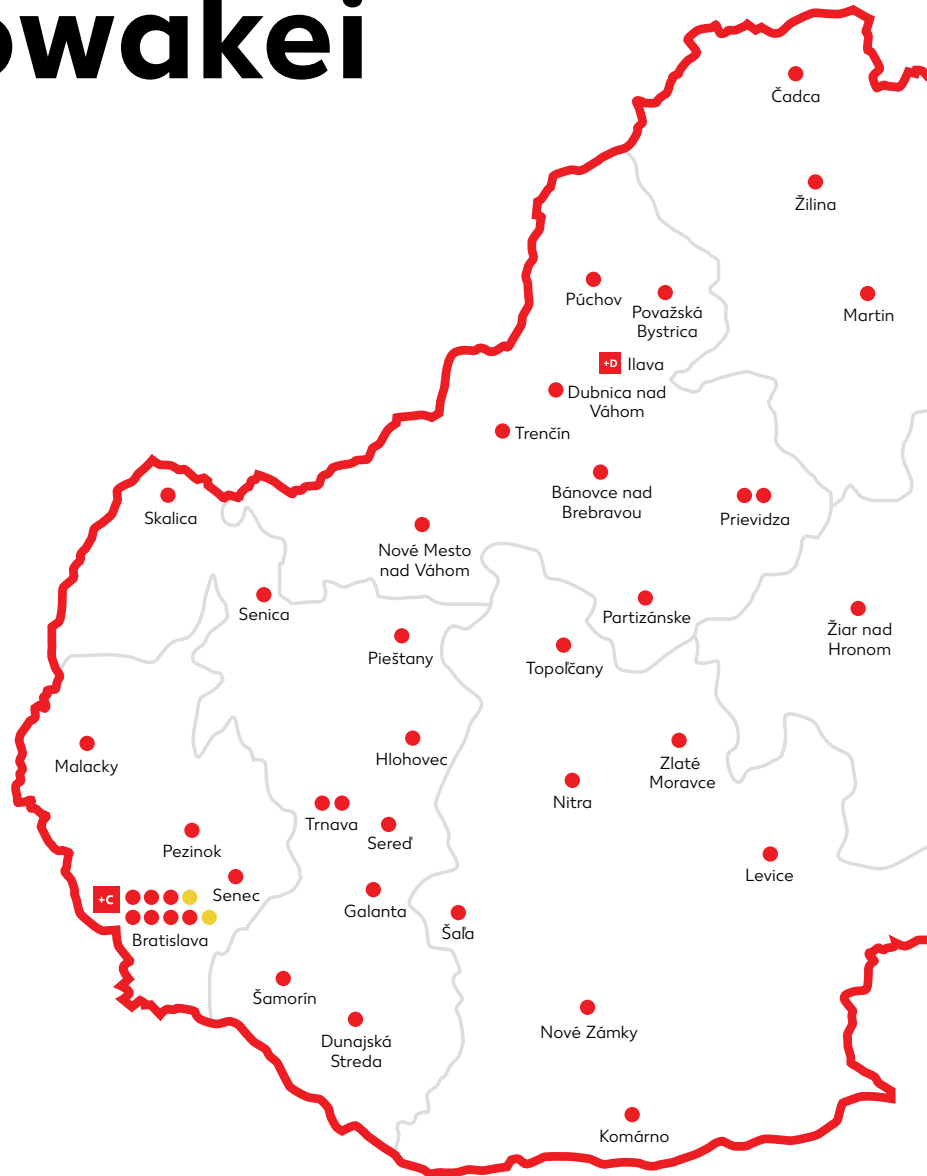
GRI 102-4

Kaufland in der Slowakei

GRI 102-5 Kaufland Slovenská republika v. o. s. ist eine am 26. Mai 2000 in der Slowakei gegründete offene Handelsgesellschaft, die am 13. Juni 2000 in das beim Bezirksgericht Bratislava I, Abteilung Sr, Einlage 489/B, geführte Handelsregister eingetragen wurde. Die Gesellschaft ist eine indirekte Tochtergesellschaft der Kaufland Stiftung & Co. KG mit Sitz in Heilbronn, Deutschland, die den konsolidierten Rechnungsabschluss aufstellt.

GRI 102-10 Gesellschafter der Kaufland Slovenská republika v. o. s., waren im Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 28. Februar 2021 die Gesellschaften FMRS Warenhandel GmbH und Kaufland Management SK, s. r. o. Die FMRS Warenhandel GmbH war zum 28. Februar 2021 mit 99,999 % am Grundkapital der Gesellschaft (einschließlich sonstiger Kapitalrücklagen) beteiligt, d. h. mit 140 283 026 Euro. Gesellschaft Kaufland Management SK, s. r. o., war zum 28. Februar 2021 mit 0,001% am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt, d. h. 1 403 Euro. In der Zeit vom 1. März 2021 bis zum 28. Februar 2022 wechselte einer der Gesellschafter und am 8. Januar 2022 wurde die Kaufland International Erste GmbH Rechtsnachfolgerin des ursprünglichen Gesellschafters - der FMRS Warenhandel GmbH. Die Kaufland International Erste GmbH war zum 28. Februar 2022 mit 99,999% am Grundkapital der Gesellschaft (einschließlich sonstiger Kapitalrücklagen) beteiligt, d.h. 140 283 026 Euro. Gesellschaft Kaufland Management SK, s. r. o., war zum 28. Februar 2022 mit 0,001% am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt, d. h. 1 403 Euro.

GRI 102-2 Unser Kerngeschäft ist der Einzelhandel mit Lebensmitteln und Konsumgütern wie Kosmetik, Bekleidung, Hilfsmittel und Haushaltszubehör über das Kaufland-Filialnetz. Der vollständige Gegenstand der Tätigkeiten der Gesellschaft ist im Handelsregister der Slowakischen Republik einsehbar.



GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-10

Zum Ende des Wirtschaftsjahres 2021 umfasste das Kaufland-Einzelhandelsnetz 72 Filialen in 55 Städten der Slowakei. Alle unsere Filialen werden vom Kaufland-Logistikzentrum in Ilava beliefert und sind für den Endverbraucher bestimmt.



2020

2021

70 Filialen

72 Filialen (+2)

217 675,9 m²
Verkaufsfläche

220 082,2 m² (+2 406,3m²)
Verkaufsfläche

+C 1 Verwaltungszentrum

+D 1 Logistikzentrum

Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021



Lieferkette*

*Stand zum 28. Februar 2022

Der erhebliche Anstieg der Anzahl der Lieferanten ist hauptsächlich auf eine Änderung der Quantifizierungsmethode zurückzuführen. Die Anzahl der Lieferanten von Lebensmitteln hat sich im Vergleich zum vorangegangenen Berichtszeitraum um 75 Lieferanten erhöht. Die Änderung in der Quantifizierung besteht

darin, dass auch die Lieferanten von Nicht-Nahrungsmitteln einbezogen werden, die mit der Slowakei internationale Lieferverträge haben. Würden diese Non-Food-Lieferanten nicht in die Quantifizierung einbezogen (wie im letzten Berichtszeitraum), läge die Anzahl der Lieferanten bei 1 509.

Anzahl der Mitarbeiter

GRI 102-7

Geschäftsjahr	Anzahl der Mitarbeiter
2019	7 205
2020	7 212
2021	7 426

Wirtschaftliche Kennzahlen

GRI 102-7

Geschäftsjahr	Nettoerlöse in Tausend €*	Gewinn in Tausend €	Investitionen in Tausend €	Gesamtkapitalisierung in % (Eigenkapital: Ausländische Mittel)
2019	1 178 463	53 087	54 771	19:81
2020	1 276 147	64 804	39 579	19:81
2021	1 362 748	86 116	78 084	25:75

* Erlöse aus dem Verkauf von Waren

Anzahl der Produkte im Dauersortiment

GRI 102-2, GRI 102-7, GRI 102-9		2019	2020	2021
	Geschäft jahr			
		21 451	19 141	21 199
	Produkte insgesamt			
		15 958	14 527	16 302
	Lebensmittel			
		5 493	4 614	4 897
	Non-Food- Produkte			
		3 109	3 400	3 910
	Eigene Markenprodukte			
		10 670 (49,7 % der Gesamtmenge der Produkte im Dauersortiment)	10 018 (52,3 %)	11 080 (52,3 %)
	Produkte von Lieferanten mit Sitz in der Slowakei			

* Alle Zahlen beziehen sich auf das Ende des Geschäftsjahres, den letzten Tag des Monats Februar, d. h. den 28. Februar 2020, 28. Februar 2021, 28. Februar 2022

Unsere Werte und Unternehmensgrundsätze

GRI 102-16

Fairness, Dynamik und Leistung - das sind unsere Unternehmenswerte, die wir jeden Tag leben. Sie zeigen uns, was wichtig ist, helfen uns, Entscheidungen zu treffen und Alltagssituationen zu bewältigen.

Die Unternehmensgrundsätze, die wir hochhalten:

- Wir handeln für die Kundenzufriedenheit
- Ein immer besseres Preis-/Leistungsverhältnis bestimmt unsere Position auf dem Markt
- Wir wachsen durch Expansion und kontinuierliche Verbesserungen in unseren Filialen
- Als Gesellschaft, die auf Filialen basiert, arbeiten wir systematisch
- Kurze Entscheidungsprozesse und einfache Arbeitsabläufe sichern unseren Erfolg
- Wir halten uns an den geltenden Gesetzen und internen Vorschriften
- Wir übernehmen wirtschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung in unserer täglichen Arbeit
- Unser Prinzip ist Fairness für alle
- Wir respektieren und unterstützen uns gegenseitig
- Wir respektieren Vereinbarungen und vertrauen uns gegenseitig
- Lob, Anerkennung und Kritikfähigkeit sind tägliche Voraussetzungen für ein gutes Betriebsklima
- Wir umgeben uns mit starken Mitarbeitern - in allen Bereichen ist die Vertretbarkeit gewährleistet

Alle unsere Mitarbeiter werden von ihren Führungskräften/Vorgesetzten unterstützt. Sie können sich darauf verlassen, dass sie offen kommunizieren, ihnen helfen sich weiterzuentwickeln und ihnen Möglichkeiten zur persönlichen und beruflichen Entwicklung bieten. Sie sind ein Vorbild für das gesamte Team, das ihnen vertraut. Sie verhalten sich fair und übernehmen Verantwortung für ihre eigenen Entscheidungen. [Sie orientieren sich an den Grundsätzen der "Hands on"-Führung.](#)

Dass wir diese Werte und Grundsätze wirklich leben, dass sie nicht nur auf dem Papier stehen, beweisen die aufrichtigen Worte unserer Kollegen, die anlässlich der Feierlichkeiten **Wir sind 20 Jahre alt** - 20 Jahre Kaufland in der Slowakei - sich wie folgt äußerten:

Wir sind 20 Jahre alt

"Mich interessiert nicht, wohin unser K-Bus fährt, sondern was für Fahrgäste ich haben werde. Hier bin ich mir zu 100 % sicher, dass die richtigen Leute in unserem Bus sitzen. Gemeinsam können wir überall hingehen, und ich weiß, dass wir unser Ziel erreichen werden."(Monika, Zentrale Dienste)

"Ich bin eine zufriedene Mitarbeiterin. Was mir geholfen hat, so lange durchzuhalten, war und ist ein sehr gutes Team" (Lenka, Prievidza, Autodispo)

"Manchmal bin ich verloren, manchmal kann ich nicht mehr... aber wenn man jemanden hat, mit dem man laufen kann, ist es das immer wert" (Lenka, Mitarbeiterentwicklung)

"Bisher habe ich weder eine solche Einstellung gegenüber den Mitarbeitern erlebt, noch wurde mir jemals im Voraus für meine Arbeit gedankt" (Dáša, Bardejov)

Langjährige Loyalität gegenüber einem Arbeitgeber ist heute eher die Ausnahme als die Regel. Der Aufbau eines Unternehmens von Grund auf erfordert Entschlossenheit, Mut und die Bereitschaft, sich in unerforschte Gebiete vorzuwagen. Wir sind daher stolz darauf, dass wir **24 Kollegen** haben, die unserem slowakischen Kaufland von Anfang an zur Seite standen und auch heute noch stehen*.

*Daten gültig zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichts

"Zu sehen, wie ein Unternehmen wie dieses von Anfang an wächst, ist wirklich eine Erfahrung, die ich gerne wiederholen würde."

Luba Bárošová,

Leiterin des Obst und Gemüse Einkaufs

"Wir waren alle sehr motiviert, leidenschaftlich bei der Sache, wir waren alle Teil von etwas Großem. Die Atmosphäre war sehr intim, fast familiär, und das Umfeld war äußerst kreativ."

Martina Lukačovská, Zentraleinkäufer-Senior, Abteilung Süßwareneinkauf



"Wir hatten keine Geschichte in der Slowakei. Kaufland war damals nur in Deutschland und seit etwa 1,5 Jahren in der Tschechischen Republik tätig, so dass wir für die lokalen Lieferanten völlig unbekannt waren. Die Anfänge waren sehr bescheiden. In den ersten Monaten passte die gesamte Einkaufsabteilung in zwei Autos. Die Stimmung war ausgezeichnet, und ich glaube, die gesamte Zentrale war bei der Eröffnung der ersten Filiale in Poprad anwesend. Nicht als Besuch aus Bratislava, sondern als Hilfe bei dem Nachfüllen von Obst und Gemüse und anderen Waren."

Richard Bendík,

Direktor der Abteilung Einkauf



Wie unsere Kunden uns wahrnehmen

Die Treue unserer Kunden spiegelt sich auch in der wachsenden Zahl der Kaufland-Card-Besitzer wider. Seit ihrer Einführung im Februar 2021 wurde sie nur im ersten Jahr von **fast 1 Million Kunden** aktiviert.



Unsere Kunden fühlen sich auch durch unser freundliches Personal wohler, eine Einschätzung, die wir angesichts der Ereignisse der letzten zwei Jahre sehr schätzen, und dafür danken wir allen Kolleginnen und Kollegen in unseren Filialen sehr herzlich.

In letzter Zeit haben wir eine steigende Zufriedenheit unserer Kunden* mit dem Einkauf bei Kaufland festgestellt. Unter allen Ketten schätzen unsere Kunden das breite Angebot an hochwertigen und frischen Produkten und die Möglichkeit, alles unter einem Dach zu kaufen. Auch die Zufriedenheit mit dem Angebot an regionalen Produkten und der Breite des Angebots an nachhaltigen Produkten ist gestiegen. Dies sind Bereiche, mit denen wir uns intensiv und lange beschäftigen, und dieses Feedback bedeutet unserem Unternehmen sehr viel. Unsere Kunden sehen das größte Verbesserungspotenzial in der Verkürzung der Wartezeit an den Kassen. Wir glauben, dass die eingeführten Maßnahmen in Form von Selbstbedienungskassen und K-SCAN-Service uns helfen werden, auch in diesem Bereich Verbesserungen und Kundenzufriedenheit zu erreichen.

*Laut einer regelmäßig von Kaufland ausgewerteten Umfrage

Kundenzufriedenheitsindex mit Einkaufen in Kaufland

Geschäftsjahr 2020 71

Geschäftsjahr 2021 72 (+1)

Der Zufriedenheitsindex errechnet sich aus einer Kombination von zwei Werten - der Kundenzufriedenheit, d. h. der Erfüllung der Erwartungen beim Einkauf in unseren Filialen, und der Präferenz für den Einkauf bei uns.

Studie aus dem Jahr 2017

"Kaufland ist eine sehr gute Kette, bei der ich absolut alles zu guten Preisen finde, auch vegane und andere Produkte der gesunden Ernährung."

Studie aus dem Jahr 2019

"Ich habe gute Erfahrungen mit Kaufland gemacht. Es gibt dort sehr nette Leute, die gerne Ratschläge geben und freundlich sind. Die Kaufland-Mitarbeiterin half mir bei der Selbstbedienungskasse und ich war sehr angenehm überrascht, wie hilfsbereit und freundlich sie war."

Studie aus dem Jahr 2019

"Höchste Zufriedenheit, ausgezeichnete Preis von Obst, gute Qualität und Frische. Eine große Auswahl an Waren aller Art!"

Studie aus dem Jahr 2020

"Ich bin sehr zufrieden mit ihrem Ansatz für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur, und ich schätze auch ihre Unterstützung der slowakischen Landwirte und das wachsende Angebot an veganen und vegetarischen Produkten. Das macht sie zu meiner Lieblingskette."

Studie aus dem Jahr 2021

"Die Gesellschaft Kaufland hat mich mit ihrer Orientierung und Einstellung zum Kunden und zur Umwelt angesprochen. Ich kaufe gerne hier ein und bin immer zufrieden."

Die Kundenerfahrung in der Slowakei verfolgt seit 5 Jahren kontinuierlich die Gesellschaft KPMG in der Slowakei in ihrer Studie. In dieser Studie belegt Kaufland traditionell den ersten Platz unter den Lebensmittelketten in der Slowakei. Die einzelnen Studien über die 5 Jahre ergeben auch Aussagen der Befragten, über die wir sehr erfreut sind.

Mitgliedschaften in Industrieverbänden und CSR Initiativen in der Slowakei

Wir engagieren uns in und unterstützen Partnerschaften, die uns helfen, unsere strategischen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und die mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der SDGs übereinstimmen. In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir uns aktiv engagiert und unsere bestehenden Partnerschaften fortgesetzt.



Platforma pre obehovú
hospodárstvo

Im Jahr 2021
wurden wir
Mitglied der neu

gegründeten Plattform **Circular Slovakia**. Auch durch diese Mitgliedschaft wollen wir dazu beitragen, das Bewusstsein für die Kreislaufwirtschaft zu schärfen, eine aktive Diskussion unter den Beteiligten zu fördern, Hindernisse für den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu beseitigen und neue Möglichkeiten und Lösungen in diesem Bereich zu finden.



Im Jahr 2021
haben wir
als eines

der Gründungsmitglieder das **Memorandum der Partnerunternehmen der #PartnerForSustainability Initiative AHK Slowakei** unterschrieben. Mit dem Memorandum haben wir und andere Unterzeichner sich verpflichtet, die Auswirkungen der Aktivitäten unserer Unternehmen auf die Umwelt, die Menschen und die Gesellschaft weiter zu reduzieren, das Bewusstsein für die Prinzipien der Nachhaltigkeit bei Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden zu verbreiten und danach zu streben, dass nachhaltiges Wirtschaften und Konsumieren in der Slowakei zu einem gesellschaftlichen Trend und zur Selbstverständlichkeit wird.

GRI 102-13

Industrielle Verbände und Initiativen

2013



2014



2018



GRI 102-12

CSR Verbände und Initiativen

2014



2016



2018



2021



GRI 102-13

Beteiligung an internationalen Initiativen und Verbänden durch Kaufland Stiftung

Action Alliance for Sustainable Bananas – ABNB*
 Forum for Sustainable Palm Oil – FONAP
 Fur Free Retailer
 GLOBALG.A.P.
 International Featured Standard
 Partnership for Sustainable Orange Juice – PANAO
 Roundtable on Sustainable Palmoil – RSPO

GRI 102-13

Beteiligung an internationalen Initiativen und Verbänden durch Gruppe Schwarz

Ellen McArthur Foundation
 UN Global Compact
 Science Based Targets Initiative

*Die ABNB wurde per Juli 2022 aufgelöst. Die Aktivitäten der ABNB wurden in eine Arbeitsgruppe innerhalb des World Banana Forum (WBF) überführt, in der sich auch Kaufland zukünftig engagieren wird.

Auszeichnungen

Wir haben in den letzten Jahren einige sehr wertvolle Auszeichnungen erhalten, auf die wir sehr stolz sind. Sie sind für uns eine Bestätigung, dass das, was wir tun, richtig ist. Sie sind auch eine Verpflichtung und Motivation für uns, in Zukunft so weiterzumachen und uns zu verbessern.

Von der Expertenjury vergebene Preise



TOP EMPLOYER 2020, 2021, 2022

Das renommierte Institut mit Sitz in Amsterdam vergibt jährlich Zertifikate an Unternehmen in der ganzen Welt, die ein professionelles externes Audit mit Schwerpunkt auf Bereichen wie Mitarbeiterentwicklung und -schulung, Karrieremöglichkeiten, Sozialleistungen oder beispielsweise Unternehmenskultur bestanden haben. Die Auszeichnung TOP Employer in der Slowakei und Europa haben wir 2019 zum ersten Mal erhalten und seither jedes Jahr erfolgreich verteidigt.



SUPERBRANDS 2020, 2021, 2022

Superbrands ist die weltweit angesehenste unabhängige Autorität für Markenevaluierung und -bewertung. Nur Marken mit einem außergewöhnlichen Ruf werden mit dem Superbrands-Siegel ausgezeichnet. Wir haben diese Auszeichnung bereits 8 Jahre in Folge erhalten.



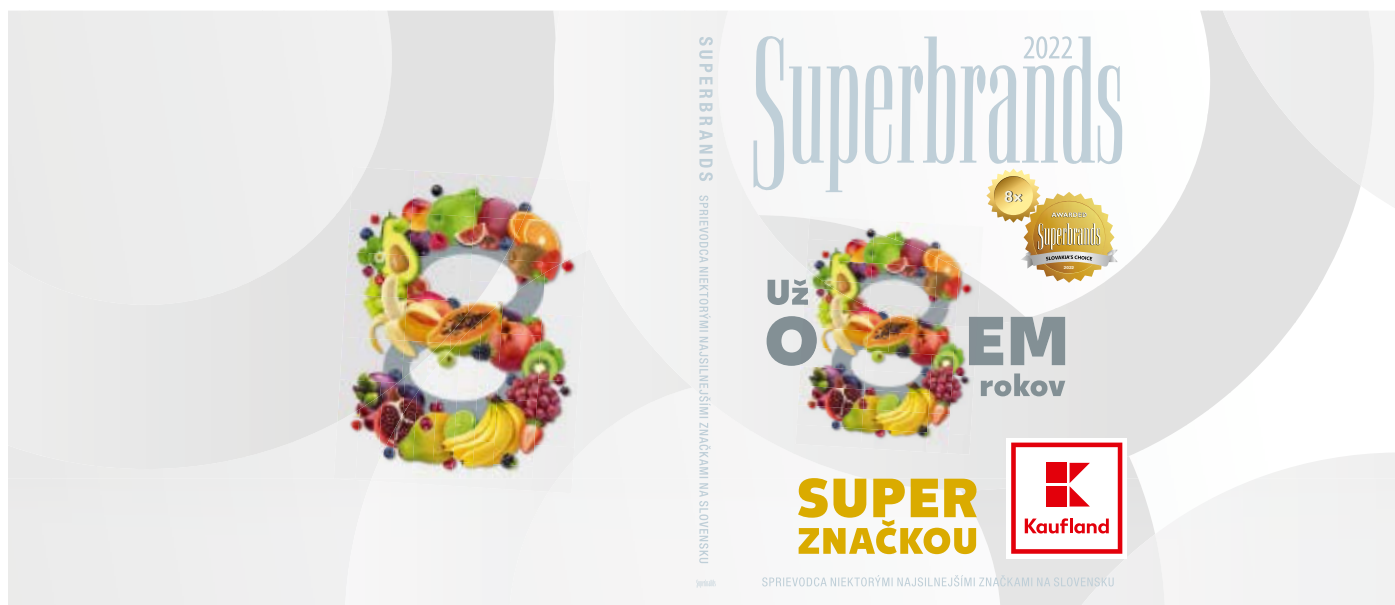
PFLANZENPRODUKTIONSKETTE DES JAHRES 2020 1. Platz

Eat for the Earth ist ein Programm, das nachhaltige Ernährungsweisen fördert und leichter zugänglich macht. Wir haben den Preis für die größte Auswahl an Pflanzenprodukten gewonnen.



Zlatý středník /Golden Semicolon 2021

Zlatý středník ist ein slowakisch-tschechischer Berufswettbewerb, bei dem interne und externe Unternehmensmedien und die besten Kommunikationsprojekte bewertet werden. Wir gewannen den Preis im Jahr 2021 in der Kategorie Einsatz von Sozialmedien und Influencer-Marketing für die Džastin výber/Justin's Choice Kampagne.



Durch öffentliche Abstimmung gewonnene Preise



VOLBA SPOTREBITEĽOV/VERBRAUCHERWAHL 2019, 2020

Das Marketingprogramm Volba spotrebiteľov überwacht, erkennt und unterstützt neue und innovative Produkte auf dem slowakischen Markt der Schnelldreher.

Bei der Verbraucherwahl 2019 und 2020 gewannen wir in verschiedenen Kategorien mit den Produkten der Produktlinie Aus Liebe zur Tradition - Kinder-Hüttenkäse-Sahne-Dessert, Weichkäse mit Weißmantel, Sahnejoghurt, Slowakischer Schinken, und aus der K-Classic-Linie war es Natives OlivenölExtra.



VERTRAUENSWÜRDIGSTE MARKE 2020

Dôveryhodné značky/Vertrauenswürdige Marken ist ein Marketingprogramm auf dem slowakischen Markt, das die Marken, denen die slowakischen Verbraucher am meisten vertrauen, überwacht und belohnt.



NAJZAMESTNÁVATEĽ/DER BESTE ARBEITGEBER 2020, 2021

Wir haben zum sechsten Mal die Wahl zum Arbeitgeber des Jahres gewonnen. In den letzten zwei Jahren haben wir in der Kategorie Handel und Dienstleistungen einen Platz unter den ersten drei belegt.



PFLANZENPRODUKT DES JAHRES 2021 4. Platz

Kokosnuss-Reis Bio-Getränk K-take it veggie

02 Ressourcen und Landwirtschaft

A man in a green t-shirt and dark pants is harvesting a large bunch of leafy green vegetables, possibly chard or spinach, in a field. He is looking down at the plants with a focused expression. The background shows a vast field of similar plants under a soft, golden light, suggesting late afternoon or early morning. The overall scene conveys a sense of sustainable agriculture and manual labor.

Nachhaltige Landwirt- schaft



Nachhaltiger Anbau

Der Anteil der landwirtschaftlichen Fläche an der Gesamtfläche der Slowakei betrug im Jahr 2020 48,4 %. Laut dem Bericht über den Zustand der Umwelt in der Slowakischen Republik aus dem Jahr 2020 nimmt die landwirtschaftliche Nutzfläche jedoch weiter ab, insbesondere auf Kosten von bebauten Flächen und Höfen.

GRI 103 Bei den meisten landwirtschaftlichen Flächen, mit Ausnahme von Hopfen und Obstgärten, wurden Verluste verzeichnet. Die gute Nachricht ist, dass der Anteil der ökologisch bewirtschafteten Flächen im Vergleich zum Vorjahr auf 12,07 % gestiegen ist, was die Slowakei dem Ziel der Umweltstrategie 2030 näher bringt, dass bis 2030 13,5 % der landwirtschaftlichen Flächen in der Slowakei ökologisch bewirtschaftet werden sollen. Trotz der Zunahme der ökologisch bewirtschafteten Flächen hält der Aufwärtstrend beim Düngemittelverbrauch an. Bei den Pestiziden hingegen ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Im Jahr 2019 stiegen die Treibhausgasemissionen aus der Landwirtschaft, insbesondere die Lachgasemissionen, sowie der Verbrauch von Oberflächen- und Grundwasser für die Pflanzenproduktion und Bewässerung im Vergleich zum Vorjahr an.



Richard Bendik
Direktor für Einkauf

GRI 103 "Unser Ziel ist es, ein Umdenken im Acker- und Pflanzenbau sowie in der Viehzucht zu bewirken. Auch bei der Lebensmittelproduktion wollen wir nachhaltige Alternativen fördern, die gut für Mensch und Umwelt sind. Aus diesem Grund fördern wir eine widerstandsfähige und nachhaltige Landwirtschaft und Lieferketten. Die größten Risiken für die Umwelt und die natürlichen Ressourcen haben wir in den Bereichen biologische Vielfalt, Klima und Einsatz von Chemikalien ermittelt. Gleichzeitig sehen wir darin auch die größten Chancen für positive Veränderungen, zu denen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten beitragen können."

Bereiche des Umweltschutzes im Zusammenhang mit der Landwirtschaft, in denen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten einen positiven Beitrag leisten können:



Verringerung des Einsatzes von Chemikalien in der Pflanzenproduktion



Schutz und Wiederherstellung der biologischen Vielfalt



Vermeidung von übermäßiger Entwaldung



Schutz des Trinkwassers und Vermeidung von Wasserverschmutzung



Schutz des Klimas und Vermeidung von übermäßigen Treibhausgasemissionen



GRI 103 Der Direktor für Einkauf ist für die Förderung und Einhaltung der Grundsätze der nachhaltigen Landwirtschaft bei den Lieferanten unserer Eigenmarken verantwortlich. Er wird von CSR-Managerin für den Einkauf, den relevanten Abteilungen im Einkauf und den spezifischen Einkäufern unterstützt. Über unsere Einkäufer stehen wir in Kontakt mit den Lieferanten von Obst und Gemüse. Wir treffen und besuchen die Erzeuger direkt, um uns einen Überblick über die gesamte Kette zu verschaffen, vom Anbau über die Lagerung bis zum Transport der Produkte. Gemeinsam sprechen wir über die Möglichkeiten der Entwicklung von Kooperation, über neue Sorten und neue Kulturen. Diese Besuche und Inspektionen sind derzeit weder regelmäßig noch standardisiert.

GRI 416-1 Im Obst- und Gemüsesortiment führen wir täglich hausinterne sensorische Bewertungen der Produkte. Das Obst- und Gemüsesortiment macht insgesamt 2,1 % aller Produktkategorien aus. Die Probenahme und sensorische Kontrolle der Produkte erfolgt im Kaufland-Logistikzentrum in Ilava, von wo aus wir Obst und Gemüse an unsere Filialen in der Slowakei verteilen. Im Logistikzentrum wird das gesamte Obst- und Gemüsesortiment systematisch kontrolliert. Ungefähr alle 2 Wochen schicken wir Proben von 15 bis 20 zufällig ausgewählten Produkten an Labors in Deutschland, wo sie analysiert werden. Wenn die Labors bei der Analyse der Proben feststellen, dass die gesetzlichen Anforderungen überschritten wurden oder die Proben nicht den Qualitätsanforderungen entsprechen, verhandeln wir mit dem Lieferanten, um Abhilfe zu schaffen. In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben die Labors insgesamt 748 Analysen von Obst und Gemüse durchgeführt. In 9,5 % (71 Fällen) wurden Überschreitungen der Normen für zulässige Stoffe gemäß dem Kaufland-Pestizidmanagement festgestellt. Diese Normen sind jedoch strenger als die gesetzlich vorgeschriebenen. Bei Überschreitung der im Kaufland-Pestizidmanagement (KMP) festgelegten

Bio-Landwirtschaft

produziert Lebensmittel ohne den Einsatz von synthetischen Pestiziden und Düngemitteln und mit guter Tierhaltung. In der Slowakei werden auf diese Weise Getreide, Hülsenfrüchte, verschiedene Gemüse- und Obstsorten angebaut. Bio-Farmen sind stark vertreten, vor allem mit Rindern, Schafen und Ziegen. Die Slowakei verfügt über große Reserven in der ökologischen Schweine- und Geflügelhaltung.

GRI 103 In Zusammenarbeit mit den Landwirten in der Slowakei tragen wir dazu bei, die Umwelt zu verbessern und die Verschmutzung von Boden, Luft und Wasser in der Landwirtschaft zu verhindern. Wir fördern ökologische Formen der Landbewirtschaftung, die Verwendung von zertifizierten Rohstoffen und haben strenge Regeln für den Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden. Unser größter Einfluss und unsere größte Reichweite bei den Inspektionen liegt in den Lieferketten unserer eigenen Marken, für die wir verantwortlich sind. Im Rahmen unserer Strategie zur Förderung des ökologischen Landbaus fördern wir BIO-zertifizierte Produkte in unserem Obst- und Gemüsesortiment unter eigener Marke.

Im Obst- und Gemüsesortiment haben wir unsere eigene Eigenmarke K-Bio. 100 % des Obstes und Gemüses dieser Eigenmarke sind BIO-zertifiziert.

GRI 416-2 zulässigen Stoffmengen nehmen wir die Produkte nicht aus dem Verkauf, sondern weisen den Lieferanten darauf hin und fordern ihn auf, die vereinbarten Grenzwerte einzuhalten. Da alle Inspektionen auf der Grundlage unserer Richtlinien durchgeführt wurden, erhielten wir keine Geldbußen oder Verwarnungen von staatlichen Behörden und Kontrollstellen.

GRI 416-1 *Wir prüfen regelmäßig alle Obst und Gemüse auf Qualität und achten dabei auf die Einhaltung der Grundsätze des Umweltschutzes, der Sozialstandards und der Menschenrechte.*

Geschäftsjahr	Anzahl der Analysen	KMP-Überschreitungen
2020	376	45
2021	372	26

Schutz und Wiederherstellung der biologischen Vielfalt

Die ökologische Vielfalt, auch bekannt als Biodiversität oder Artenvielfalt, ist die Grundlage allen Lebens auf der Erde. Die Vernetzung dieser Kulturlandschaft macht die Landschaft zu einem einzigartigen Raum für einzelne Tier- und Pflanzenarten und letztlich für den Menschen.



Man schätzt, dass bis zu 75 % der Nutzpflanzen und 90 % der Blütenpflanzen von Bestäubern abhängen. Die Bestäuber sind jedoch derzeit ernsthaft bedroht, vor allem durch menschliche Aktivitäten, die hauptsächlich mit dem Einsatz von Pestiziden, Monokulturen und Energiepflanzen (Raps, Mais) zusammenhängen, aber auch durch die Auswirkungen des Klimawandels.

Bienenfreundliche Stauden

Ohne Wild- und Honigbienen und andere bestäubende Insekten gäbe es kein Obst, kein Gemüse und keine Blumen. Doch der Lebensraum und das Nahrungsangebot für Bienen schrumpfen ständig. Die richtige Auswahl der Pflanzen (z. B. Wiesensalbei, Schmalblättriger Lavendel oder Echinacea) lockt Insekten in den Garten und bietet ihnen wertvolle Rückzugsmöglichkeiten. Indem wir uns in unserem Sortiment auf bienenfreundliche Stauden konzentrieren, unterstützen wir einen wichtigen Wandel in diesem Bereich.



Luba Barošová,
Leiterin der Abteilung
für den Einkauf von
Obst und Gemüse

GRI FP2
"Wir haben unsere Obst-, Gemüse-, Pflanzen- und Blumenlieferanten zur GlobalG.A.P.-Zertifizierung verpflichtet. Mehr als 95 % von ihnen sind bereits zertifiziert. Wir diskutieren weiterhin mit den Erzeugern über ihre Bedeutung, um gemeinsam sicherzustellen, dass wir unsere

Verpflichtungen erfüllen. Wir freuen uns, dass unsere Strategie, Lieferanten zu einer Nachhaltigkeitszertifizierung zu motivieren, auch dazu beitragen kann, den Anteil der mehr nachhaltig bewirtschafteten Flächen zu erhöhen."

Was ist GlobalG.A.P.



Seit 2019 ist Kaufland International Mitglied von GlobalG.A.P., einer globalen Organisation, die sich für eine sichere und nachhaltige landwirtschaftliche Produktion auf der ganzen Welt einsetzt. Die Verringerung der Verschwendung lebenswichtiger natürlicher Ressourcen ist ein wichtiger Bestandteil des Standards.

Die GlobalG.A.P.-Zertifizierung umfasst:

- Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit
- Umweltschutz (einschließlich biologische Vielfalt)
- Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und soziale Bedingungen von Mitarbeitern
- Tierschutz

Bei verantwortungsvollen landwirtschaftlichen Praktiken geht es jedoch nicht nur um das Produkt, sondern auch um den Schutz des wichtigsten Teils des Betriebs - der Menschen, die dort arbeiten. Außerdem wollen wir durch die Einführung eines zusätzlichen Moduls GRASP (GlobalG.A.P. Risk Assessment on Social Practice) zu einem guten Sozialmanagement in landwirtschaftlichen Betrieben beitragen.

Effektive Wassernutzung - Gartenbau Skalica

Wir arbeiten schon seit vielen Jahren mit Gartenbau Skalica zusammen. Neben Zierpflanzen haben wir unsere Zusammenarbeit auch auf Gemüsesetzlinge ausgeweitet, die bei unseren Kunden immer beliebter werden.

In dem gesamten Areal des Gartenbaus Skalica wird das Regenwasser für die Bewässerung genutzt. Die großen Flächen auf den Dächern der Gewächshäuser sind ideal für ihr Sammeln, wobei zur Lagerung ein eigener See dient. Die Nutzung von Regenwasser spart nicht nur natürliche Ressourcen und Kosten, sondern ist auch die Grundlage für einen erfolgreichen Pflanzenanbau. Regenwasser hat nämlich spezifische Eigenschaften, die es ermöglichen, es praktisch ohne Aufbereitung zu nutzen.

"Regenwasser enthält keine Nebenbestandteile. In unserem Gebiet gibt es nur hartes Wasser, das behandelt werden muss. Ohne Behandlung würde das Kalzium aus dem Wasser die Aufnahme von Eisen und Kalium blockieren, was ein großes Problem für die Pflanzen wäre."

Stanislav Seman, Leiter des Gartenbaus Skalica



Pestizide und Düngemittel



Der Bericht über den Zustand der Umwelt der Slowakischen Republik aus dem Jahr 2020 besagt, dass in der Slowakei eine langfristige Zunahme des Verbrauchs von Pestiziden in der Landwirtschaft zu beobachten ist. Auf der Grundlage der aktuellen Werte aus diesem Bericht ist es unwahrscheinlich, dass das Ziel für 2030, den Pestizidverbrauch in der Landwirtschaft zu reduzieren und einen kontinuierlichen Rückgang zu gewährleisten, erreicht wird.

Das Risiko des Pestizideinsatzes besteht nicht nur darin, dass Organismen, die ursprünglich nicht von dem Pestizid betroffen sein sollten, durch den Einsatz von Pestiziden direkt bedroht werden, sondern auch darin, dass Boden- und Wasserorganismen und Menschen über die Nahrungskette direkt durch das Pestizid bedroht werden. Der unsachgemäße und übermäßige Einsatz von Pestiziden hat auch negative Auswirkungen auf die Boden- und Wasserqualität und die biologische Vielfalt.



Auch in diesem Bereich arbeiten wir mit unseren Lieferanten zusammen, um die Dinge zu verbessern. Wir verlangen von allen Lieferanten die Einhaltung unserer Anforderungen, die im Kaufland-Pestizidmanagement definiert sind.

KAUFLAND Pestizidmanagement ist eine Reihe klar definierter Standards, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen und auch die zulässigen Wirkstoffe streng begrenzen, um sicherzustellen, dass eine möglichst geringste Menge an Pestiziden verwendet wird. Weitere Informationen über unseren Ansatz zum Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden sowie viele weitere Informationen und interessante Projekte finden Sie unter [Transparenzbericht für Obst und Gemüse Jahr 2020](#) und im [Transparenzbericht 2020 - Pflanzen und Blumen](#).

Unsere Lieferanten sind zu den folgenden Grundsätzen verpflichtet:



Beim Anbau von Blumen und Pflanzen keine Pestizide zu verwenden, die international als gefährlich gelten.



Vorrang für den Einsatz von biologischen Pflanzenschutzmitteln - chemischer Pflanzenschutz wird nur dann eingesetzt, wenn es aus agrotechnischer Sicht keine geeignete Alternative gibt.



Einhaltung und Durchsetzung des Verhaltenskodex für Geschäftspartner und Grundsatzerklärung der Schwarz Gruppe zur Achtung der Menschenrechte in der gesamten Kaufland-Lieferkette

Was sind Pestizide?

Pestizide oder Pflanzenschutzmittel sind natürliche oder künstliche Substanzen, die unerwünschte Organismen, Schädlinge, Pilze oder Unkraut bekämpfen können. Einige Pflanzen können diese Stoffe (z. B. Koffein oder Nikotin) selbst herstellen, um sich vor natürlichen Feinden zu schützen. In diesem Fall handelt es sich um natürliche Pestizide.



In der Europäischen Union sind mehr als 280 chemisch-synthetische Produkte für den Schutz von Pflanzen und Nutzpflanzen in der Landwirtschaft zugelassen. Dabei handelt es sich meist um Insektizide gegen schädliche Insekten, Herbizide gegen unerwünschte Unkräuter und Fungizide gegen Pilzkrankungen.

Im Obst- und Gemüseanbau werden hauptsächlich die folgenden Gruppen von Pestiziden eingesetzt:

- Herbizide gegen unerwünschte Unkräuter
- Fungizide gegen Pilzkrankungen
- Insektizide gegen Schadinsekten
- Akarizide gegen Milben, Spinnentiere und stechende Insekten.

Nachhaltige Bananen

Wir sind der erste Lebensmitteleinzelhändler, der sich seit 2014 an der Allianz für nachhaltige Bananen (ABNB) beteiligt. Ziel der Allianz ist es, den Bananenanbau entlang der gesamten Wertschöpfungskette nachhaltiger zu gestalten und ökologische und soziale Verbesserungen in der Bananenproduktion zu fördern. Neben Kaufland haben sich auch die Umweltorganisationen WWF und Global Nature Fund sowie einer der größten Bananenimporteure der Welt, Fyffes, der Initiative angeschlossen. In unserem Angebot finden Sie Bananen mit Fairtrade-Zertifizierung und gleichzeitig Bio- oder Rainforest Alliance Certified.

Wir bieten nicht nur Bananen aus nachhaltiger Produktion an, sondern haben auch Papaya und Physalis aus Fairtrade in unser Angebot an exotischen Früchten aufgenommen.



BIO



Das EU-Bio-Siegel garantiert dem Kunden, dass das Produkt gemäß der EU-Öko-Verordnung angebaut oder erzeugt wurde. So dürfen Bio-Lebensmittel beispielsweise keine genetisch veränderten Organismen, Geschmacksverstärker oder künstliche Aromen und Farbstoffe enthalten. Bei ihrer Herstellung dürfen keine künstlichen Pflanzenschutzmittel oder leicht lösliche Mineraldünger verwendet werden. Alle Produkte, die dieses Siegel tragen, unterliegen der Kontrolle durch staatlich zugelassene Kontrollstellen. Die Nummer der zuständigen Kontrollstelle ist auf jedem unserer K-Bio-Produkte angegeben.

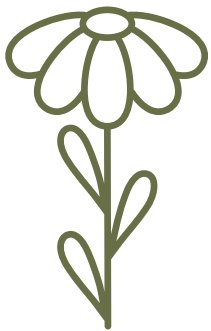


Wir bieten in unseren Filialen eine große Vielfalt an Bioprodukten an - sie sind in Molkereiprodukten, Kindersortiment, haltbaren Produkten, Getränken, aber auch in saisonalem Obst und Gemüse und anderen Sortimentsgruppen vertreten. Darunter befinden sich auch Produkte unserer eigenen Marke K-Bio. Die Kunden finden Bio-Produkte auch in anderen Sortimenten unserer Eigenmarken, z. B. K-Free oder K-Favourites



Nachhaltiger Anbau von Pflanzen und Blumen

Seit 2013 setzen wir uns gemeinsam mit unseren Lieferanten für die Reduzierung und den Verzicht auf Pestizide beim Anbau von Pflanzen und Blumen ein. Topfpflanzen und Schnittblumen sind beim Anbau gleichermaßen anfällig für Schädlinge und Krankheiten. Ihre rasche Ausbreitung kann die gesamte Ernte vernichten. Der optimale Einsatz von Pflanzenschutzmitteln stellt daher eine besondere Herausforderung dar.



GRI 416-1 Im Rahmen der strengen Durchsetzung des GlobalG.A.P.-Standards in der Lieferkette für Blumen und Pflanzen führen unabhängige Prüfer regelmäßig Audits durch. Sie besprechen die Ergebnisse der Inspektion unverzüglich mit den Erzeugern und ergreifen geeignete Maßnahmen. Kaufland-Pestizidmanagement sichert mehrere hundert unabhängige chemische Analysen von Produkten pro Jahr in allen Kaufland Ländern.. In den Kaufland-Vertriebszentren werden Analysen und Probenahmen durch akkreditierte Laboratorien durchgeführt. Die Ergebnisse der Analysen werden anhand der aktuellen Kaufland-Liste der ausgeschlossenen Pestizide, die im Pflanzen- und Blumenanbau nicht verwendet werden dürfen, bewertet. Wir sind der Überzeugung, dass wir nur so sichere und hochwertige Produkte gewährleisten können. Das Sortiment Pflanzen und Blumen macht insgesamt 1,9 % aller Produktkategorien aus.

GRI 416-2 In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 wurden insgesamt 993 Analysen von Pflanzen und Blumen in allen Kaufland Ländern durchgeführt. Überschreitungen der in unserem Kaufland-Pestizidmanagement festgelegten Grenzwerte wurden bei 15,8 % (157) festgestellt. Da alle Analysen auf der Grundlage unserer Richtlinien durchgeführt wurden, hat unser Unternehmen keine Geldstrafen oder Verwarnungen von Regierungsbehörden und Kontrollstellen erhalten.

Geschäftsjahr	Anzahl der Analysen	Anzahl der Überschreitungen
2020	488	104 (21,3 %)
2021	505	53 (10,5 %)

Fairer Blumenstrauß

Im Kalenderjahr 2021 setzten sich unsere Fairen Blumensträuße aus einer Gesamtsumme von **436 154 entnommener Fairtrade-Rosen Stiele**. Diese Rosen stammen von Plantagen in Kenia, deren Herkunft und Anbaumethode durch das Fairtrade-Siegel zertifiziert ist. Außerdem hinterlassen aus Kenia importierte Rosen trotz Luftfracht einen siebenmal geringeren ökologischen Fußabdruck als in Europa gezüchtete Rosen. Dies ist auf das optimale Klima an der ostafrikanischen Küste zurückzuführen, das eine ganzjährige Ernte ohne beheizte Gewächshäuser ermöglicht, wie sie für den Anbau europäischer Blumen erforderlich sind.



Soja nachhaltig? Es ist machbar!

Im Jahr 2019 wurden in der Europäischen Union rund 34 Millionen Tonnen Sojabohnen und Sojaschrot verbraucht. Etwa 31 Millionen Tonnen der Gesamtmenge stammen aus Nord- und Südamerika. Vor allem der Sojaanbau in Südamerika ist für die Entwaldung großer Flächen und deren Nutzung als Ackerland verantwortlich. Die weltweite Entwaldung ist eine der Hauptursachen für den Klimawandel, denn unsere Wälder dienen als CO₂-Speicher und regulieren den Wasserkreislauf und das Mikroklima. Der nachhaltige Sojaanbau ohne Entwaldung ist daher eng mit dem Umweltschutz verbunden. Unser Ziel ist es, die Entwaldung von Wäldern durch den Sojaanbau und die damit verbundene Landumwandlung in verschiedenen Bereichen unserer Wertschöpfungskette zu verhindern.

Da die aktuelle Nachfrage nach heimischen Eiweißpflanzen das Angebot an Eiweißfuttermitteln übersteigt, bevorzugen wir Donau-/Europa-Soja als erste Bezugsquelle für europäische Sojabohnenbestände. Wenn Soja als Tierfutter importiert werden muss, verlassen wir uns auf die Zertifizierungssysteme von ProTerra oder Round Table of Responsible Soy (RTRS).

Lebens- und Futtermittel, die gentechnisch veränderte Organismen (GVO) enthalten, aus ihnen bestehen oder aus ihnen hergestellt werden, müssen gemäß den europäischen Rechtsvorschriften zur Gentechnik seit 2004 EU-weit gekennzeichnet werden. Produkte von Tieren, die mit gentechnisch veränderten Futtermitteln gefüttert wurden, müssen in der EU derzeit jedoch nicht gekennzeichnet werden. Der größte Teil des in die EU eingeführten Sojaschrots für Tierfutter wird jedoch aus gentechnisch veränderten Sojabohnen hergestellt.



Ab 2022 wollen wir sicherstellen, dass die Lieferanten unserer Eigenmarken-Tierprodukte nur noch Sojafuttermittel verwenden, die nicht zur Entwaldung und Umwandlung wertvoller Ökosysteme beitragen.

Unser Ziel im Bereich der Beschaffungspolitik für unsere Eigenmarken ist folgend:

- Beschränkung der Verwendung von Soja als Futtermittel
- Verwendung alternativer Eiweißfuttermittel anstelle von Soja
- Erhöhung des Anteils von nachhaltig angebautem heimischem Soja

Wir haben weitere Informationen über unseren Ansatz zur Beschaffung von nachhaltigem Soja im Dokument [Erklärung zum Standpunkt veröffentlicht: Nachhaltiges und zertifiziertes Soja als Tierfutter ohne negative Auswirkungen auf die Entwaldung](#)

Wenn Palmöl, dann aus verantwortungsvollem Anbau

Viele Umweltorganisationen verweisen auf die Abholzung von Regenwäldern, um neue Palmplantagen in Malaysia und Indonesien anzulegen. Die Abholzung dieser wertvollen Gebiete hat fatale Folgen für die Gesamtqualität der Umwelt und damit für das menschliche Leben. Wir fördern gezielte Maßnahmen, die zu einem verantwortungsvolleren Palmölanbau und einem bewussteren Umgang mit Palmöl beitragen. Wir arbeiten eng mit ausgewählten Lieferanten zusammen und bewerten Rezepturen, die Palmöl enthalten, strengstens. Wir versuchen, es zu reduzieren oder durch andere pflanzliche Fette zu ersetzen. Die ideale Lösung besteht jedoch darin, sich auf die verantwortungsvolle Verwendung von Palmöl zu konzentrieren. Als Mitglied des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), der weltweit geltende Standards für den Palmölanbau gesetzt hat, unterstützen wir Kleinbauern und den Umweltschutz direkt vor Ort. **So reduzieren wir beispielsweise bei unseren Eigenmarken den Anteil an Palmöl, indem wir die Rezepturen anpassen. Für Produkte, die Palmöl enthalten, verwenden wir nur zertifiziertes Palmöl von verantwortungsvoll angebauten Ölpalmen.**

Ölpalme

Palmöl ist in vielen Produkten des täglichen Lebens enthalten, z. B. in Margarine, Schokolade, Fertiggerichten oder Kosmetik. Die Ölpalme ist ertragreicher als andere ölhaltige Pflanzen wie Raps oder Soja und gehört zu den billigsten Pflanzenölen auf dem Weltmarkt. Um die ständig steigende Nachfrage nach dieser Öllart zu befriedigen, nimmt der Anbau von Ölpalmen ständig zu. Ölpalmen gedeihen am besten in tropischem Klima und genau dort, wo der Regenwald zu finden ist. Unvorstellbar große Flächen des Regenwaldes werden gerodet, um neue Plantagen anzulegen (etwa 42 Fußballfelder pro Minute) - leider oft illegal.





Nachhaltige Textilien

Kaufland in der Slowakei bietet das ganze Jahr über auch eine Vielzahl von Non-Food-Produkten an. Textilien - Kleidung oder Heimtextilien - machen einen großen Teil davon aus. Wo immer möglich, bevorzugen wir Baumwollstoffe aus biologischer Baumwolle. Die Bio-Baumwollprodukte im Dauerangebot unserer Eigenmarke sind GOTS- (Global Organic Textile Standard) oder OCS- (Organic Content Standard) zertifiziert.



Insbesondere im Zuge der COVID-19-Pandemie haben wir in letzter Zeit erhebliche Schwierigkeiten bei der Verfügbarkeit von Biobaumwolle erlebt. Deshalb haben wir bei einigen Produkten des zeitlich befristeten Aktionsangebots auf Baumwolle mit dem Cotton made in Africa-Siegel zurückgegriffen. Obwohl diese Baumwolle keine Bio-Qualität hat, zählt sie zu den anerkannten Zertifizierungen für nachhaltige Textilien.

GOTS - Global Organic Textile Standard

GOTS (Globale organische Standards für Textilien) ist eine weltweite Zertifizierung, die eine umwelt- und sozialverträgliche Textilproduktion kennzeichnet. Das Zertifikat wurde von führenden internationalen Normungsorganisationen entwickelt und im Jahr 2006 eingeführt. Die Zertifizierung nach GOTS umfasst den Kreislauf von der ersten Verarbeitung der Baumwolle bis zur Zertifizierung des Endprodukts. Die Baumwolle wird biologisch angebaut und geerntet und anschließend ohne Einsatz von Schadstoffen verarbeitet. Das bedeutet, dass keine künstlichen Düngemittel oder Chemikalien verwendet werden, um das Laub loszuwerden, und es wird ohne Chlor gebleicht. Die GOTS-Zertifizierung umfasst auch die Einhaltung sozialer Kriterien wie Mindestlohn, Sicherheit am Arbeitsplatz und Verbot von Kinder- oder Zwangsarbeit.

In unserem Angebot finden die Kunden 383 Textilprodukte unserer eigenen Marken aus Bio-Baumwolle mit GOTS-Zertifikat*. Seit 2018 ist auch unser Unternehmen selbst nach GOTS zertifiziert. Das bedeutet, dass die Verantwortung für die Umwelt nicht bei den Lieferanten endet, sondern erst bei uns.

*Das Datum gilt zum 28. Februar 2022



GOTS organic-Zertifikat

Dieses Zertifikat kennzeichnet Textilerzeugnisse, die mindestens 95 % ökologisch erzeugte Naturfasern enthalten.



GOTS-Zertifikat "Made with organic materials"

Dieses Zertifikat kennzeichnet Textilerzeugnisse, die mindestens 70- bis 94-prozentigen Anteil an ökologisch erzeugten Naturfasern enthalten.



GOTS-Zertifikat "Made with organic-in conversion materials"

Dieses Zertifikat kennzeichnet Textilerzeugnisse, deren Rohstoffe sich zum Zeitpunkt des Anbaus in der Umstellung von konventioneller Baumwolle auf Bio-Baumwolle befanden. Hier gelten die gleichen strengen GOTS-Grenzwerte und Kriterien.

OCS - Organic Content Standard

Bei Produkten, die dieses Siegel tragen, ist es möglich, den Gehalt und die Menge an organischem Material im Produkt zu erfassen und den Einsatz von Rohstoffen über die gesamte Produktionskette hinweg zu verfolgen. Dabei werden die Verarbeitung, Herstellung, Verpackung, Etikettierung sowie die Vermarktung und der Vertrieb des Produkts berücksichtigt.



OCS 100

Das OCS 100-Siegel wird zur Kennzeichnung von Produkten verwendet, die zu 95 bis 100 % aus organischem Material bestehen.



OCS blended

Das OCS blended-Siegel kennzeichnet Produkte, die zu 5-95 % aus ökologischem Material bestehen.

COTTON MADE IN AFRICA



CmiA ist der international anerkannte Standard für nachhaltige Baumwolle aus Afrika. Seit 2005 setzt sich CmiA für den Schutz der Umwelt und die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbauern in Afrika ein.

Sie setzt sich für die Gleichstellung der Geschlechter, menschenwürdige Arbeit und die Rechte von Kindern ein und trägt zum Schutz von Land, Wasser, biologischer Vielfalt, Umwelt und Klima bei. Durch den Verzicht auf den Einsatz gentechnisch veränderter Organismen werden die negativen Auswirkungen beim Pflanzenschutz verringert.

Geht es nachhaltig auch mit Fleisch? Bestimmt ja, aber...

Auch die Viehhaltung und die Tierproduktion haben erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt. Hohe Emissionen, insbesondere von Methan und Stickstoffoxid, wirken sich negativ auf den Klimawandel aus. Die Nachfrage nach Soja als Futtermittel (insbesondere für Geflügel und Schweine) trägt erheblich zur Abholzung von Urwäldern und zur Zerstörung von Ökosystemen und natürlichen Ressourcen bei. Auch wenn sich das alles nicht positiv anhört, kann auch in diesem Bereich mit systematischer Arbeit und Engagement viel verbessert werden.

Heutzutage, wo in fast jedem Zusammenhang von Klima die Rede ist, essen die Menschen aus diesen Gründen auch weniger oder kein Fleisch mehr. So wie andere Lebensmittel enthält jedoch auch gutes Fleisch Vitamine und Stoffe, die für den Menschen nützlich sind. Es ist daher wichtiger, sich auf bewährte Qualität als auf Quantität zu verlassen.

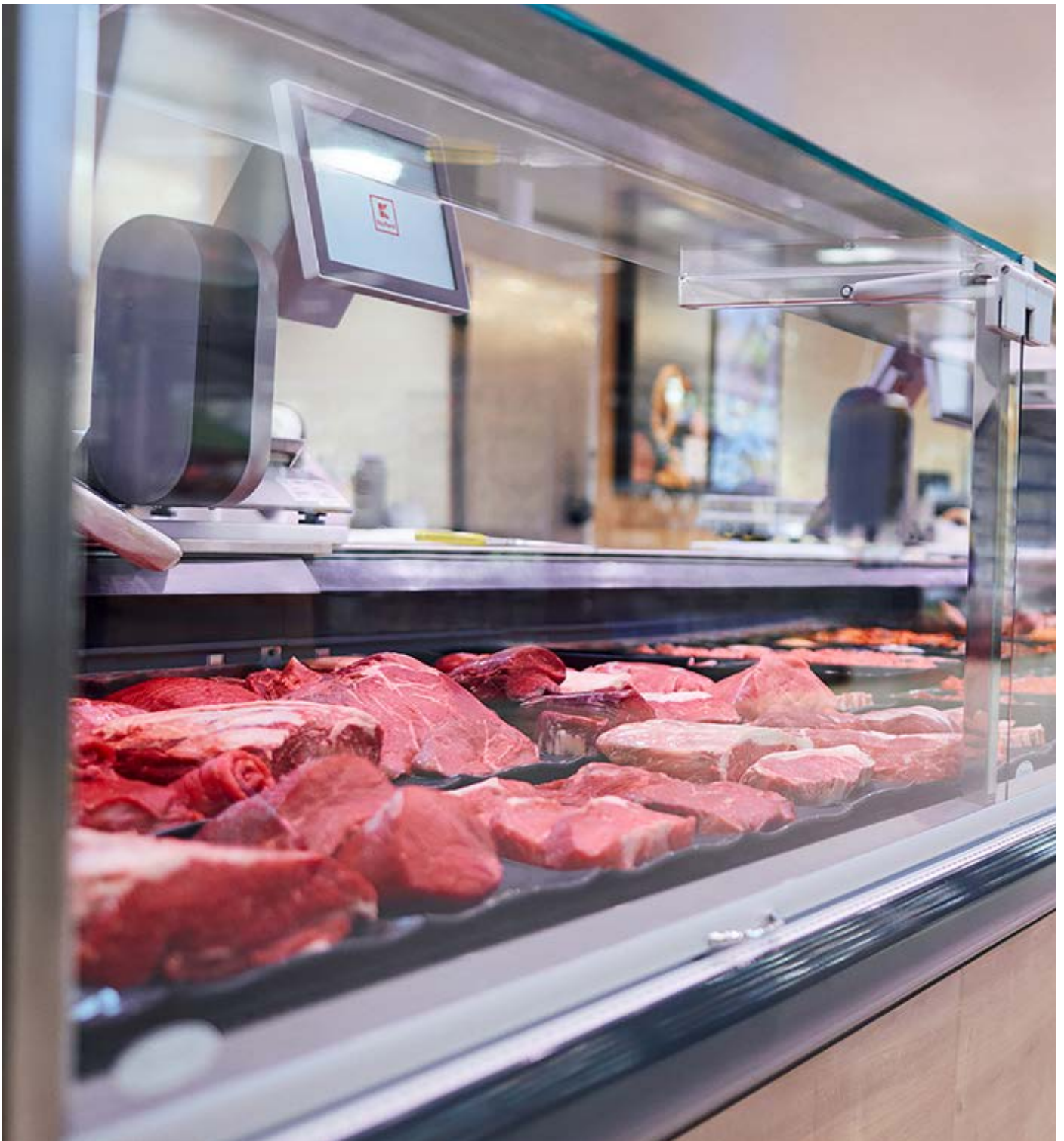
Bei der Auswahl der Lieferanten und in der Kommunikation untereinander berücksichtigen wir auch die Art der Tierhaltung, das Wohlergehen der Tiere und den Schutz von Umwelt und Klima. Ein wichtiges Kriterium ist für uns langfristiges und gegenseitiges Vertrauen. Unser Ziel ist es, die Tierschutzstandards in der slowakischen Nutztierhaltung zu verbessern und unser Angebot um Produkte zu erweitern, die diesen Aspekten Rechnung tragen.

Wir fördern die Transparenz in der gesamten Lieferkette und arbeiten eng mit Lieferanten, Landwirten (Erzeugern) und allen relevanten Interessengruppen zusammen, tauschen Erfahrungen aus und bringen uns gegenseitig voran. Vieles hängt jedoch auch von der Fähigkeit der Lieferanten und Landwirte ab, festgelegte Standards oder Anforderungen, die über den gesetzlichen Standard hinausgehen, umzusetzen und anschließend zu erfüllen. Aber auch hier können wir behilflich sein.

An unserer Theke und in unseren Kühlregalen finden unsere Kunden stets **qualitätsgerechtes und frisches Fleisch** - Rindfleisch, Schweinefleisch und Geflügel. Um sicherzustellen, dass die Kunden immer Qualitätsfleisch erhalten, nehmen wir die Proben unmittelbar nach Eingang der Ware in unserem Logistikzentrum.

GRI 416-2 **Für das Sortiment an frischem Schweine-, Rind- und Geflügelfleisch wurden im Geschäftsjahr 2020 138 Proben entnommen. Ein Mangel, der direkt mit der Tierhaltung zusammenhängt, wurde in 3 Proben festgestellt. Im Geschäftsjahr 2021 gab es 136 Inspektionen. Ein Mangel, der direkt mit der Tierhaltung zusammenhängt, wurde in 4 Proben festgestellt.** Da alle Inspektionen auf der Grundlage unserer Richtlinien durchgeführt wurden, haben Regierungsbehörden und Aufsichtsbehörden unserem Unternehmen keine Geldbußen oder Verwarnungen auferlegt.

Wir bieten rund 170 Artikel in unserem ständigen Frischfleischsortiment an. Mehr als 55 Artikel bildet Fleisch aus biologischem Anbau, aus artgerechter Haltung oder anderen tierfreundlichen Alternativen.



Wachsendes Interesse an welfare Fleisch und Geflügel

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 ist das Interesse unserer Kunden an welfare Geflügel deutlich gestiegen. Seine Verkäufe stiegen von 770 Tonnen auf 1 973 Tonnen, was einem Anstieg von 156 % entspricht. Auch der Absatz von BIO-Geflügel ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen - um bis zu 261 % (von 1,3 Tonnen im Geschäftsjahr 2020 auf 4,7 Tonnen im Geschäftsjahr 2021). Auch bei Schweinefleisch aus artgerechter Haltung haben wir einen Anstieg von über 100 % zu verzeichnen.

Welfare in der Geflügelhaltung

"Geflügel aus welfare Haltung und von slowakischen Lieferanten wurde vor mehr als zehn Jahren - im Jahr 2010 - in unser Sortiment aufgenommen. Wir sind unserer Zeit gewissermaßen voraus."

Igor Gábriš,
Zentraleinkäufer-
Senior

Eine welfare Haltung führt im Allgemeinen zu einer höheren Fleischqualität. Die Aufzucht von Geflügel auf diese Weise bedeutet in der Praxis, dass die Tiere unter besseren Bedingungen leben. In den Ställen sind sie deutlich weniger, haben eine 10 cm tiefe Einstreu, ständigen Zugang zu hochwertigem Futter ohne Zusatz von Antibiotika und Wachstumshormonen und zu einer Tränke mit Wasser. Der Tierpfleger kontrolliert sie regelmäßig, mindestens zweimal am Tag. Hühner werden mindestens 40 Tage lang gemästet, Gänse und Enten 52 Tage lang und Truthähne 84 Tage lang. Dies spiegelt sich natürlich in der höheren Qualität ihres Fleisches wider - es ist nahrhafter und hat nach dem Garen einen ausgeprägteren Geschmack, es ist zarter und saftiger.



Geflügel aus welfare Haltung finden Sie in unseren Broschüren, gekennzeichnet mit einem speziellen Logo.

Welfare Schweinehaltung

Ein Landwirt, der Schweine welfare hält, respektiert die Bedürfnisse der Tiere, erlaubt ihnen, sich auf natürliche Weise auszudrücken, und schützt sie vor Unbehagen, Krankheiten, Verletzungen, Schmerzen und Leiden. Er garantiert ihnen ungehinderten Zugang zu Wasser und Futter und bietet ihnen mehr Lebensraum.



Schweinefleisch aus welfare Haltung finden Sie in unseren Broschüren, gekennzeichnet mit einem speziellen Logo.

Viehzucht im Einklang mit der Natur

Menschen, Tiere, natürliche Ressourcen und Technologie. Es kann alles nebeneinander existieren und ein nachhaltiges Ökosystem schaffen. Wir haben dies am Beispiel eines Familienbetriebs aus Vranov nad Topľou gesehen, der den Anbau von Feldfrüchten und die Fleischerzeugung auf die richtige Art und Weise betreibt.

Die Grundlage des Ökosystems Krava&Company sind Pflanzen, Tiere und ein eigenes Biokraftwerk. Kein gentechnisch verändertes Getreide oder Chemie. Sie verwenden nur natürliche Stoffe und Verfahren, respektieren die Umwelt und schaffen gute Lebensbedingungen für die Tiere. Dies ist einer der Gründe, warum die Krava&Company das Siegel der Bio-Wirtschaft trägt.

"Wir sehen das nicht als etwas Besonderes an. Unser Motto lautet: Wir wollen es richtig machen - Anbau, Zucht und Fleisch. Wir sperren unsere Kühe nicht in Ställe und geben ihnen das beste Qualitätsfutter. Wir setzen auf Natur, Sonne, grüne Wiesen und glückliche Kühe"

Jiří Zeman

Eigentümer eines Hofes.

Rinder müssen nicht in Ställen gehalten werden. Nach dem Vorbild der alten Bauern, die ihre Herden das ganze Jahr über im Freien stehen ließen, werden die Kühe auch auf dem Hof von Herrn Zeman nicht in Ställen gehalten. Kühe stoßen nämlich auf natürliche Weise Methan aus. Wenn die Tiere in einem niedrigen und kleinen Stall eingesperrt sind, setzen sich die Gase unter dem Dach ab und fallen allmählich ab. Die Tiere atmen sie ein, und sie setzen sich in der Lunge fest. Mit der Zeit fangen sie an zu husten und werden krank. Der Züchter hat keine andere Wahl, als sie mit Antibiotika zu behandeln und gerät in einen Teufelskreis.

Das Prinzip der Landwirtschaft basiert auf einem geschlossenen und autarken Kreislauf. **Was bedeutet das?**

Die Kühe können von Frühjahr bis Herbst frei grasen. Dort gibt es reichlich frisches und hochwertiges Futter, das die Herden selbst finden und abweiden. Die Kühe produzieren auch Dung, der auf den Weiden verbleibt und den Boden auf natürliche Weise nährt. Den Dung, den wir in den Wintermonaten auf dem Hof ernten, verwenden wir zur Düngung unserer Felder, auf denen wir Mais, Weizen, Erbsen, Sojabohnen und Klee anbauen. Diese Produkte werden im Winter an die Kühe verfüttert. Frei von künstlichem Stickstoff, E-Mitteln und GVO-Futter.

Die Kälber werden im Freien geboren, ganz ohne menschliches Zutun. Bis zum 11. Lebensmonat sind sie bei ihrer Mutter, sie bekommen nur Gras und Milch, sonst nichts. Sie leben ihr natürliches Leben. Es gibt nichts, was die Qualität beeinträchtigt oder das Wachstum beschleunigt.

"Es macht keinen Sinn, einen negativen ökologischen Fußabdruck zu hinterlassen, wenn wir im Einklang mit der Umwelt ethisch einwandfreies Fleisch produzieren können, das noch dazu sehr gut schmeckt."

Jiří Zeman

Eigentümer eines Hofes.

"Der Beginn der Zusammenarbeit mit Kaufland war für uns sehr schwierig, es war eine große Schule. Es hat ein Jahr gedauert, um alle Anforderungen zu erfüllen, aber es hat sich gelohnt. Die Produktion hat in Bezug auf Sicherheit, Verarbeitung und Qualität erhebliche Fortschritte gemacht. Wir mussten ein spezielles Zertifikat schaffen, damit alles tip top ist. Zum Beispiel die Rückverfolgbarkeit von Produkten. Bei Fleisch auf der Ladentheke wissen wir nicht nur, wann und wo das Tier geschlachtet wurde, woher es kam und wer seine Mutter war, sondern auch, auf welcher Wiese es geweidet hat und womit es gefüttert wurde. Zwei Personen kümmern sich darum. Es ist hart, aber die Besten müssen mit den Besten spielen. Es gibt keinen anderen Weg."

Jiří Zeman

Eigentümer eines Hofes



Wir denken auch an Vegetarier und Veganer

Für Kunden, die sich entschlossen haben, ihren Konsum von Fleisch und tierischen Produkten zu reduzieren oder ganz aus ihrer Ernährung zu streichen, bieten wir eine Alternative in Form einer großen Auswahl an vegetarischen und veganen Produkten. Weitere Informationen zu diesen Produkten finden Sie im Kapitel Erweiterung des nachhaltigen Angebots.



03 Lieferkette und Verarbeitung

Umwelt-, klima- und ressourcen- schonende Lieferkette/ Produktion









GRI 103 Wenn man Kaufland sagt, denken viele Verbraucher automatisch an Lebensmittel. Aber auch Non-Food-Waren, wie z.B. Textilien, sind ein wichtiger Bestandteil unserer Produktpalette. Es ist wichtig für uns, negative Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima zu vermeiden und die Verschwendung natürlicher Ressourcen zu verhindern, nicht nur beim Anbau von Pflanzen und der Aufzucht von Tieren oder in der Landwirtschaft, sondern auch bei der Herstellung von Produkten.

GRI 103 Die Verantwortung für die Ausarbeitung und Durchsetzung von Maßnahmen zum Schutz der Umwelt und der natürlichen Ressourcen liegt bei der Abteilung für soziale Verantwortung auf supranationaler Ebene, und über die CSR-Managerin in der Abteilung des slowakischen Einkaufs informieren wir über diese Maßnahmen und wenden sie auch in der Slowakei dort an, wo es relevant ist.



Richard Bendík
Direktor für Einkauf

GRI 103 "Mit der Unterzeichnung des Vertrags verpflichten sich alle unsere Lieferanten auch zur Einhaltung unseres Verhaltenskodex und seiner Bestimmungen. Eine dieser Bestimmungen ist der Schutz der Umwelt und die gesellschaftliche Einhaltung der geltenden Gesetze und Vorschriften in diesem Bereich. Jeder unserer Geschäftspartner muss durch geeignete Maßnahmen sicherstellen, dass diese Grundsätze in seinem Unternehmen umgesetzt und befolgt werden. Der Verhaltenskodex gilt nicht nur für unsere direkten Lieferanten, sondern wird auch von allen Unterlieferern verlangt, die an der Herstellung von Produkten oder der Erbringung von Dienstleistungen für unser Unternehmen beteiligt sind."

DETOX-Kampagne - Herstellung von Textilien und Schuhen ohne Chemikalien

Um die Einhaltung der Verpflichtungen zum Naturschutz zu gewährleisten, ist auch eine konsequente und regelmäßige Überwachung erforderlich. Die DETOX-Kampagne von Greenpeace ist eines der groß angelegten Projekte im Bereich der Kontrolle und der Einhaltung von environmentalen Kriterien. Es handelt sich um eine weltweite Kampagne zur Entfernung von Chemikalien, die für Mensch und Umwelt gefährlich sind, aus Textilien und Schuhen.



GRI 308-1 GRI 308-2 Im Dezember 2015 sind wir zudem der DETOX-Verbindlichkeit beigetreten und arbeiten gemeinsam mit unseren Lieferanten daran, die sich daraus ergebenden Verpflichtungen einzuhalten. Wir verlangen von allen neuen Lieferanten unserer Eigenmarken-Textilien und -Schuhe, dass sie sich zu unserer DETOX-Verbindlichkeit und anderen Umweltstandards bekennen. Im Rahmen unserer Verhandlungen mit Lieferanten führen wir detaillierte Prüfungen durch, so dass jeder neue Lieferant nachweisen muss, ob er unsere Kriterien erfüllt (das so genannte Umweltscreening).

Seit 2016 berichten wir jährlich über unsere Fortschritte bei der Erfüllung unserer

Verpflichtungen aus der DETOX-Kampagne und darüber, welche Maßnahmen wir bereits umgesetzt haben. In unserem abschließenden Fortschrittsbericht für 2019 und 2020 haben wir unsere wichtigsten bisherigen Erfolge und Ziele zusammengefasst. Obwohl die DETOX-Kampagne offiziell im Oktober 2020 endete, halten wir uns weiterhin an unsere Verpflichtungen und haben eine Strategie für die Zukunft festgelegt. Wir werden über das Chemikalienmanagement hinausgehen und auf einen umfassenden Umweltschutz hinarbeiten - von Wasser und Boden bis hin zu biologischer Vielfalt und Klima. "Detox auf Zero" wird unser Hauptziel bleiben, an dem wir mit unseren Partnern in der ganzen Welt arbeiten.

Alle unsere Berichte, einschließlich des Abschlussberichts, können auf unserer Website abgerufen werden ([Wir kümmern uns um zertifizierte Materialien | Kaufland](#)).

Im Kalenderjahr 2019 hat Kaufland 111 Wassertests (Zu- und Abfluss) in 63 Textilfabriken mit Nassverfahren in 7 Ländern durchgeführt.*

Im Kalenderjahr 2020 hat Kaufland 74 Wassertests (Zu- und Abfluss) in 42 Textilfabriken mit Nassverfahren in 7 Ländern durchgeführt (Daten bis einschließlich Oktober 2020).*

* Dazu gehören auch Wassertests für alle aktiven Unternehmen, die Textilien nass verarbeiten. Dabei wurden auch Tests berücksichtigt, die Kaufland nicht selbst in Auftrag gegeben hat, die aber unseren Anforderungen entsprechen und in die Datenbank des Instituts für öffentliche Angelegenheiten und Umwelt (IPE) eingegeben wurden

Kalenderjahr

2019*

111

der Tests enthielten
keine AP/APEO

109

der Tests enthielten
keine PFCs

15

der Tests
enthielten keine
Schwermetalle

51

der Tests waren
frei von bromierten
und chlorierten
Flammschutzmitteln

Kalenderjahr

2020*

73

der Tests enthielten
keine AP/APEO

70

der Tests enthielten
keine PFCs

9

der Tests
enthielten keine
Schwermetalle

56

der Tests waren
frei von bromierten
und chlorierten
Flammschutzmitteln

GRI 308-2

Wir haben mit allen Lieferanten der Eigenmarkenprodukte Abhilfemaßnahmen (100 %) vereinbart.

GRI 308-2

"Prozentualer Anteil der Lieferanten, die Abwasserdaten offenlegen. Mehr als die Hälfte der Marken stellt sicher, dass ihre Lieferanten mindestens einmal im Jahr Abwasserdaten für 80 bis 100 % ihrer Nassverarbeitungsanlagen veröffentlichen. H&M, C&A und auch die deutschen Einzelhändler Rewe/Penny und Kaufland gehen mit gutem Beispiel voran und testen alle ihre Lieferanten"

Greenpeace-Veröffentlichung, [Self-regulation: a fashion fairytale / Part One \(greenpeace.de\)](https://www.greenpeace.de/self-regulation-a-fashion-fairytale-part-one)

Es gibt immer noch einige giftige Stoffe wie Schwermetalle und Flammschutzmittel, die mit der heutigen Technologie nicht aus den Produktionsprozessen entfernt werden können. Wir versuchen aber auch, in diesem Bereich neue Lösungen zu finden. Ein Forschungsprojekt, das in Zusammenarbeit mit der Daffodil University in

Bangladesch durchgeführt wurde, war einer der ersten Schritte in diesem Prozess. Die Ergebnisse und das Feedback von Partnern und Studenten haben uns in unserer Überzeugung bestätigt, dass dies der richtige Weg ist. Weitere Informationen über die DETOX-Kampagne und ihre Ergebnisse finden Sie auf der Greenpeace-Website www.greenpeace.de

Programm zur Wassereinsparung im Produktionsprozess

Wasser ist eine unserer wichtigsten Ressourcen und zu wertvoll, um sie unnötig zu verschwenden. Das Thema Wassereinsparung spielt eine wichtige Rolle für den Umweltschutz bei der Produktherstellung. Deshalb arbeiten wir ständig daran, unsere Produktionsprozesse zu optimieren und neue ressourceneffiziente Verfahren zu finden, um so viel Wasser wie möglich zu sparen.

Wassereinsparung beim Färben von Textilien

Die normale Textilproduktion erfordert große Mengen an Wasser. Da uns die Reduzierung des Wasserverbrauchs wichtig ist, verwenden wir bei der Herstellung unserer Textilien umweltfreundliche Färbeverfahren wie die "dope dyed" oder "dry dyed" Methode.

Die "dope dyed"-Technologie ist ein Faserfärbeverfahren, bei dem das Polymer mit dem Farbstoffgranulat verschmolzen wird, so dass die Faser während des Weichmachens selbst gefärbt wird. Da der Färbeprozess Teil der Faserproduktion ist, haben wir eine bessere Kontrolle über den Einsatz von Chemikalien. Ein weiterer Vorteil dieser Methode besteht darin, dass die gesamte Faser gefärbt wird, wodurch die Textilien ihre leuchtenden Farben viel länger behalten.

Die "dry dyed"-Methode ist ein Trockenverfahren, das auch eine umweltfreundliche Alternative zum herkömmlichen Färbeverfahren darstellt. Bei dieser Methode wird das Material in den Farbstoff getaucht. Mit Hilfe von hoher Temperatur und Luftdruck dringen die Farbpigmente gleichmäßig tief in die Faser ein, wo sie fixiert werden.

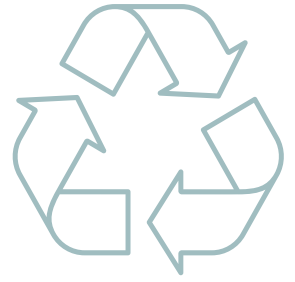
Bei beiden Färbemethoden kann der Wasserverbrauch teilweise oder ganz vermieden werden. Im Vergleich zu herkömmlichen Färbemethoden können wir aber auch den Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen deutlich reduzieren.

Weitere Informationen unter kaufland.sk/voda

Alle unsere Produkte, bei denen der Wasserverbrauch durch neue Technologien gesenkt wurde, erkennen Sie an dem „Wassereinsparung“-Logo.



Produkte aus recycelten Materialien



Jedes Jahr landen zwischen 4,8 und 12 Millionen Tonnen Kunststoffabfälle in den Weltmeeren - zum Beispiel große Mengen an PET-Flaschen, Fischernetzen oder anderen Kunststoffabfällen. Mehr als 80 % aller Baumwollprodukte, die ihre Nutzungsdauer erreicht haben, landen auf der Mülldeponie.

Indem wir diese wertvollen Rohstoffe recyceln, führen wir sie in den Wirtschaftskreislauf zurück und schaffen etwas Neues aus ihnen. Gleichzeitig sind wir immer auf der Suche nach innovativen Lösungen, um unsere Produkte nicht nur besser, sondern auch nachhaltiger zu machen.

Kunststoff ist viel mehr als nur Abfall: Wir nutzen seit Jahren intelligente Verfahren, um aus Abfall neue nachhaltige Fasern zu gewinnen. So bestehen einige unserer Produkte zum Beispiel aus recycelten PET-Flaschen, alten Fischernetzen, Kunststoffabfällen und Stoffabfällen wie Teppichresten und Textilabfällen (z. B. Econyl®). Die Menge an recyceltem Kunststoff entspricht etwa 63 Millionen recycelten PET-Flaschen.

Wir bieten ein breiteres Spektrum dieser Produkte an, insbesondere während der Aktionswochen. Dazu gehören vor allem Kleidung und Haushaltswaren.

Made with
recycled material

15 PET bottles*



[kaufland.com/plastic](https://www.kaufland.com/plastic)

Dieses Logo gilt für Textilprodukte, die ganz oder teilweise aus recycelten PET-Flaschen hergestellt wurden.



Mikroplastik

Bereits 2013 haben wir uns verpflichtet, Mikroplastik in den Rezepturen unserer Eigenmarkenprodukten in den Bereichen Kosmetik, Körperpflege, Wasch- und Reinigungsmittel für Haushalt vollständig zu eliminieren. Wir haben sie unter anderem durch natürliche und erneuerbare Rohstoffe ersetzt. In der Zwischenzeit haben wir unsere Definition von Mikroplastik erweitert, um neben den oben genannten Kunststoffpartikeln auch andere biologisch nicht abbaubare synthetische Polymere einzubeziehen.



Unser Ziel ist alle Rezepturen unserer Eigenmarkenprodukten in den Bereichen Kosmetik und Körperpflege, Wasch- und Reinigungsmittel, einschließlich Autopflege, neu zu formulieren und auf die Verwendung von Mikroplastik und biologisch nicht abbaubaren rein synthetischen Polymeren zu verzichten, sofern dies die Leistung und/oder Sicherheit des Produkts nicht wesentlich beeinträchtigt.** Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte ist für uns das Wichtigste. Aufgrund von Herausforderungen bei den Rezepturen, den damit

verbundenen Eigenschaften sowie der Verfügbarkeit der entsprechenden Rohstoffe ist es noch nicht vollständig gelungen, alle Rezepturanpassungen bis Ende 2021 umzusetzen. An weiteren Umstellungen, für die zum Teil zunächst Lösungen am Markt entwickelt werden müssen, arbeiten wir ebenfalls eng mit unseren Lieferanten zusammen. Wir kennzeichnen unsere Verpackungen mit dem Logo „**Rezeptur ohne Mikroplastik**“ um unseren Kunden transparent zu vermitteln, dass wir kein Mikroplastik in unseren Produktformulierungen verwenden.**

Weitere Informationen unter kaufland.sk/plasty

Klimaneutrale Produkte*

GRI 305-3 Klimaneutralität bedeutet, dass wir die zwangsläufig produzierte CO₂-Emissionen, durch international zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgleichen. Im Kapitel

Umweltschutz im Betrieb berichten wir auch über die Emissionen, die durch die eingekauften und transportierten Produkte entstehen.



Holzspielzeug Kidland® und Kuniboo®

Holzspielzeug für Kinder unter unseren eigenen Marken wird aus FSC-zertifiziertem Holz hergestellt.



Plüsch-Helden Kuniboo®

Diese Plüschtiere sind zu 100 % aus recyceltem Material hergestellt und mit dem Global Recycled Standard zertifiziert.

Um die bei der Produktion dieser Spielzeuge unvermeidlich entstehenden Emissionen auszugleichen, unterstützen wir zwei zertifizierte Projekte, die thematisch zu diesen Produkten passen. Dabei handelt es sich um das Waldökologieprojekt Deutschland-Plus-Mix und das Projekt Brazil Nut Rain Forest Community.

*Klimaneutral bedeutet: Die Emissionen unserer Produkte wurden erfasst und über zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert – mehr Infos unter kaufland.sk/klima

**Nicht bezogen auf die Verpackung oder Trägerstoffe (wie zum Beispiel Tücher, Pads).



Klimaneutrale wiederverwendbare Tasche

Sie ist haltbar und enthält mindestens 80 % gebrauchte Folien aus unseren Filialen. Auf diese Weise gelingt es uns, den Kreislauf zu

schließen und durch Recycling ein neues Produkt aus Abfällen herzustellen, das ebenfalls vollständig recycelbar ist. Es wird in unserer Recyclinganlage neben der Produktionshalle, in der die Taschen hergestellt werden, recycelt. Dadurch werden verkehrsbedingte CO₂-Emissionen vermieden. Wir kompensieren die Treibhausgasemissionen, die durch die Produktion unserer wiederverwendbaren Taschen entstehen, indem wir das Wasserkraftprojekt Nam Hong Hydropower unterstützen. Darüber hinaus unterstützen wir auch die Naturschutzorganisation Naturefund. Mit einer Spende an diese Organisation tragen wir zum Schutz der Artenvielfalt bei.



bevola naturals®

Für die Herstellung unserer Eigenmarke bevola naturals® verwenden wir hauptsächlich Zutaten natürlichen Ursprungs. Die Kosmetik ist NATRUE-zertifiziert, das heist,

dass wir in den Rezepturen dieser Produkte auf Mikroplastik, rein synthetische Duft- und Farbstoffe, Silikone, Paraffine und Mineralöle verzichtet haben.

Die unvermeidbaren CO₂-Emissionen, die bei der Produktion von K-take it veggie und bevola naturals® entstehen, kompensieren wir über das zertifizierte Klimaschutzprojekt Qori Q'oncha von ClimatePartner: Effiziente Kochherde von der Organisation Microsol in Peru.



K-Take it veggie

Pflanzliche Lebensmittel haben im Allgemeinen einen geringeren CO₂-Fußabdruck als tierische Produkte. Alle Produkte unserer Eigenmarke

K-take it veggie sind klimaneutral, mit dem V-Label zertifiziert und umweltfreundlicher verpackt.

Unsere Produkte werden in vier Schritten klimaneutral:*

1 2

Vermeidung und Reduzierung von CO₂

-Emissionen In erster Linie vermeiden wir CO₂-Emissionen, wo immer es möglich ist, und reduzieren sie, indem wir zum Beispiel Kunststoffe einsparen und recyceltes Material für Produktverpackungen verwenden.

Bestimmung von CO₂

-Emissionen Gemeinsam mit unseren Partnern Climateline, ClimatePartner und natureOffice haben wir die CO₂-Emissionen gemessen, die bei der Herstellung und dem Transport unserer Produkte entstehen. Es handelt sich um sog. Product Carbon Footprint.

3 4

Kompensation der CO₂-Emissionen durch Klimaschutzprojekte

Die unvermeidbar produzierten CO₂-Emissionen unserer Produkte gleichen wir durch die Unterstützung zertifizierter Klimaschutzprojekte aus. Deshalb können wir einige unserer Eigenmarkenprodukte und auch einige unserer wiederverwendbaren Taschen als klimaneutral* kennzeichnen. Dabei achten wir darauf, dass wir nur Klimaschutzprojekte unterstützen, die nach internationalen Standards zertifiziert sind.



Logo

"klimaneutral"
Wir kennzeichnen unsere

klimaneutralen Produkte der Eigenmarke mit dem Logo "klimaneutral".* Gleichzeitig ermöglichen wir unseren Kunden, das Thema Klimaneutralität* besser zu verstehen und mehr über zertifizierte Klimaschutzprojekte zu erfahren, mit denen wir die zwangsläufig entstehenden CO₂-Emissionenausgleichen.

A rustic still life photograph featuring a loaf of bread, butter, and wheat stalks on a wooden surface. The bread is a dark, crusty loaf with a porous interior, resting on a piece of light-colored, textured fabric. Behind it, a block of butter is melting slightly on a wooden surface. A few wheat stalks are scattered around the bread. The background is softly blurred, showing more bread and a wooden surface. The overall tone is warm and natural.

Förderung heimischer, regionaler Produkte



GRI 103

Die Unterstützung heimischer Produzenten ist Teil unserer Geschäftsstrategie. So sind slowakische Produkte sowohl im festen als auch im Aktionssortiment vertreten, insbesondere in den Segmenten Molkerei, Bäckerei, Wein und Geflügel sowie Obst und Gemüse. Durch die Zusammenarbeit mit einheimischen Lieferanten stärken wir die slowakische Wirtschaft und erhöhen die Beschäftigung in den Regionen der Slowakei.

GRI 103

Die Verantwortung für das Thema der Unterstützung slowakischer und regionaler Lieferanten und die Beschaffungsstrategie für diese Produkte liegt beim Direktor für Einkauf. Die einzelnen Einkäufer sind dafür verantwortlich, diese Strategie umzusetzen und neue Möglichkeiten zu finden. Wie wichtig das Thema Unterstützung der slowakischen Produktion bei Kaufland ist, zeigt die Tatsache, dass wir ein eigenes Team für die nationale Eigenmarke K - Aus Liebe zur Tradition und ein eigenes Team für das gesamte Projekt zur Unterstützung der regionalen Lieferanten "**Aus unseren Regionen**" haben.



GRI 103

In dem Projekt zur Unterstützung regionaler Anbieter - **Aus unseren Regionen** bieten wir Produkte mit traditionellen Rezepten, aber auch verschiedene

Produktinnovationen an. Bei diesem Projekt arbeiten wir mit kleinen Erzeugern zusammen, deren Kapazitäten nicht ausreichen, um unser gesamtes Filialnetz zu beliefern, und daher bieten sie ihre Produkte nur in Filialen in ihrer Region an.



In allen unseren Filialen in der Slowakei bieten wir unter unserer eigenen Marke bewährte slowakische Qualitätslebensmittel aus slowakischen Rohstoffen an **K - Aus Liebe zur Tradition.**



Wir bieten auch weiterhin **100 % slowakisches Rind- und Schweinefleisch** mit garantierter Herkunft und frisches Obst und Gemüse von lokalen Erzeugern.

Nach den Ergebnissen der Studie „Anteil der Auslagen slowakischer Produkte 2021“ der GfK-Agentur vom Juli 2021 ist es uns erneut gelungen, unsere Position als Marktführer unter den Einzelhandelsketten auf unserem Markt mit einem absoluten Durchschnitt von 6 153 Auslagen slowakischer Produkte in 32 Produktkategorien und 92 Unterkategorien zu verteidigen.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir Produkte im Wert von 608 716 254 Euro von Lieferanten mit Sitz in der Slowakei* gekauft, was 60 % der Gesamtausgaben für den Kauf aller Produkte, die wir in unseren Filialen anbieten, entspricht.

81 % des Gesamtbetrags, der für den Einkauf aller Sortimente ausgegeben wurde, entfielen auf Lebensmittel, und 62,5 % dieses Betrags auf Lebensmittel, die von Lieferanten mit Sitz in der Slowakei gekauft wurden.

	Betrag, der für den Einkauf von Produkten von SK-Lieferanten ausgegeben wurde, in € **	% des Gesamtbetrags der Ausgaben für den Einkauf aller Produkte
Geschäftsjahr 2019	537 117 937	60 %
Geschäftsjahr 2020	589 902 718	61 %
Geschäftsjahr 2021	608 716 254	60 %

**Der Betrag in EUR wird ohne Mehrwertsteuer angezeigt

Insgesamt macht der Wert der Einkäufe bei slowakischen Lieferanten für die Geschäftsjahre 2019-2021 60 % aus, bei deutschen Lieferanten 16,3 % und bei tschechischen Lieferanten 12,6 %. Die restlichen 10,6 % wurden von Lieferanten in anderen Ländern, hauptsächlich in Europa, bezogen.

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir 11 080 Lebensmittelprodukte von slowakischen Lieferanten in unserem Dauersortiment angeboten, was eine Steigerung von fast 11 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2020 bedeutet.

	Anzahl der Lebensmittelprodukte von Lieferanten mit Sitz in SK	% der Gesamtmenge der Lebensmittelprodukte
Geschäftsjahr 2019	10 670	67 %
Geschäftsjahr 2020	10 018	69 %
Geschäftsjahr 2021	11 080 (+11 %)	68 %

Der Anteil der Produkte von slowakischen Lieferanten machte 68 % der Gesamtmenge an Lebensmitteln aus.

Auch die Zahl der slowakischen Lebensmittellieferanten stieg im Geschäftsjahr 2021 von 448 auf 484 (ein Anstieg um 8 %).

Geschäftsjahr 2020 448

Geschäftsjahr 2021 484 (Anstieg um 8 %)



Obst und Gemüse aus der Slowakei

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis zum Ende des Geschäftsjahres 2024 die Menge an Obst und Gemüse, die in der Slowakei angebaut werden kann, auf 50 % der im Geschäftsjahr 2019 angebotenen Menge zu erhöhen. Dieses Ziel haben wir bereits im Geschäftsjahr 2021 erreicht.

Die Menge an angebotenem Obst und Gemüse, das in der Slowakei angebaut werden kann

	Die Menge an angebotenem einheimischem Obst und Gemüse	Prozentualer Anteil an der Gesamtmenge des angebotenen Obst und Gemüses
Geschäftsjahr 2019	38 184 568 kg	39,4 %
Geschäftsjahr 2020	51 023 478 kg	49,5 %
Geschäftsjahr 2021	55 239 545 kg	51,6 %

In den kommenden Jahren werden wir die slowakischen Erzeuger weiter unterstützen, langfristige Partnerschaften stärken und Kooperationen mit anderen Erzeugern aufbauen. Wir unterstützen ihre Initiative zur Ausweitung ihrer Anbauflächen und zum Anbau neuer Arten und Sorten, wie lila und grüner Blumenkohl, Tomaten mit höherem Lykopingehalt, Heidelbeeren und Johannisbeeren. Gemeinsam mit den Lieferanten suchen wir nach zeitgemäßen Lösungen, um ihre Lagerkapazitäten

zu erhöhen, damit sie bestimmte Feldfrüchte länger und in größeren Mengen lagern können. Dies würde es uns ermöglichen, unseren Kunden auch außerhalb der Hauptsaison slowakisches Obst und Gemüse anzubieten. Dazu gehören Wurzelgemüse, Kartoffeln usw., die nach der Ernte mehrere Monate lang gelagert werden können, wenn die richtigen Bedingungen eingehalten werden. Gleichzeitig geben wir den Erzeugern die Sicherheit, dass wir die von ihnen produzierte Menge abnehmen werden.



K-Z lásky k tradícii

*Im Jahr 2018 haben wir unsere einzigartige Produktlinie Aus Liebe zur Tradition auf den Markt eingeführt. Das Portfolio der Produktlinie bestand aus Molkereiprodukten und Produkten aus der Reihe der geräucherten Fleischwaren, die nach bewährten Rezepten aus slowakischen Zutaten von heimischen Lieferanten hergestellt wurden. Im Jahr 2021 wurde diese Produktlinie umbenannt in **K-Z lásky k tradícii**.*

Wir haben unsere Produktverpackungen neu gestaltet, um die neue visuelle Identität der Produkte widerzuspiegeln und den Übergang zu nachhaltigeren Verpackungen zu vollziehen. Wir setzen diese Bemühungen fort.



	Anzahl der Produkte	Anzahl der Lieferanten
Geschäftsjahr 2019	20	9
Geschäftsjahr 2020	20	9
Geschäftsjahr 2021	25	11

Neuigkeiten in K - Z lásky k tradícii

Wir haben auch Eier aus Freilandhaltung in unser Sortiment aufgenommen, was im Einklang mit unserer Strategie steht, den Verkauf von Käfigeiern bis Ende 2025 einzustellen. Bei den Sahnejoghurts (Erdbeere, Heidelbeere und Schokolade) haben wir den Anteil der Fruchtkomponente von 15 % auf 20 % erhöht und gleichzeitig die Zuckermenge reduziert.

In unserem Dauersortiment von frischen Hühnereiern bieten wir 100 % Eier von slowakischen Lieferanten an. Bei zeitlich begrenzten Sonderveranstaltungen ergänzen wir die Menge, die nicht mit Eiern von slowakischen Lieferanten gedeckt werden kann, mit Eiern aus der Tschechischen Republik.

Für die Herstellung der K - Z lásky k tradícii verwenden unsere Lieferanten hochwertige lokale Rohstoffe. Einige von ihnen können in der Slowakei nicht angebaut werden, wie z. B. Kakao, oder sie entsprechen nicht den Qualitätsanforderungen. In diesem Fall beziehen wir diese Rohstoffe auch aus anderen Ländern. Der Hauptbestandteil des Produkts ist jedoch immer slowakisch. Ab März 2023 werden wir nur noch Fairtrade- oder Rainforest Alliance-zertifizierten Kakao in Produkten verwenden, die Kakao oder Kakaobestandteile enthalten.

"Wir haben festgestellt, dass die Menschen zunehmend auf der Suche nach qualitativ hochwertigen slowakischen Lebensmitteln sind. So entstand die Reihe K-Z lásky k tradícii. Es besteht aus ehrlichen slowakischen Produkten, die aus hochwertigen lokalen Zutaten zubereitet werden, und wir freuen uns, dass sie unseren Kunden gefallen. Deshalb haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Produktlinie K-Z lásky k tradícii deutlich zu erweitern. Leider hat uns die Pandemie bei diesem Schritt ein wenig gebremst, vor allem was die Verfügbarkeit slowakischer Rohstoffe, die Lieferzeiten für nachhaltigere Verpackungsmaterialien und den allgemeinen Sinn einer neuen Zusammenarbeit betrifft. Neben der Neugestaltung der Verpackungsmaterialien haben wir diese Zeit aber auch genutzt, um sie zu optimieren, indem wir uns auf die Qualität der Rohstoffe konzentriert und die bestehenden Rezepturen angepasst haben."



Silvia Hrušová,
Leiterin der Abteilung
Eigenmarken

Wahl der Verbraucher

Ein Beweis für die langjährige Beliebtheit der Produkte von K-Z lásky k tradícii sind auch unsere Siege in verschiedenen Kategorien.





100 % slowakisches Fleisch

100 % slowakisches Fleisch ist in der Slowakei nicht so reichlich vorhanden, wie es auf den ersten Blick scheint. Im Gegenteil, stammt das in Lebensmittelketten angebotene Fleisch oft aus anderen Ländern. 100 % slowakisch bedeutet jedoch, dass der gesamte Prozess von der Geburt über die Aufzucht und Verarbeitung bis zum Vertrieb in der Slowakei stattfand. Das Fleisch stammt von slowakischen Züchtern und Verarbeitern, also keine Importe.

Laut der GfK-Studie - Anteil der Auslagen slowakischer Produkte 2021 - vom Juli 2021 haben wir im Vergleich zum Durchschnitt aller Lebensmittelketten in der Slowakei das sechste Jahr in Folge die höchste durchschnittliche absolute Anzahl von Auslagen für slowakisches gekühltes Fleisch (Schweine- und Rindfleisch) und Geflügel.

Das Fleisch, das wir unseren Kunden anbieten, muss hohe Qualitätsansprüche erfüllen. Gleichzeitig bemühen wir uns, einen möglichst hohen Anteil an Fleisch von slowakischen Lieferanten anzubieten. Die Situation in diesem Bereich ist in der Slowakei jedoch nicht einfach. In einigen Fällen sind wir durch die Kapazitäten unserer Lieferanten eingeschränkt, in anderen durch ihre Wettbewerbsfähigkeit oder ihre Unfähigkeit, die von uns festgelegten Qualitätskriterien für Fleisch zu erfüllen.

Da unsere Kunden zunehmend slowakisches Fleisch nachfragen, haben wir uns vorgenommen, unseren Absatz von slowakischem Rind- und Schweinefleisch im Geschäftsjahr 2022 um 50 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2019 zu steigern.

Slowakisches Schweinefleisch wurde in der Mitte des Geschäftsjahres 2019 in unser Dauersortiment aufgenommen. Wir haben unsere Produktpalette schrittweise erweitert und bereits im folgenden Jahr **ist es uns gelungen, unseren Umsatz im Geschäftsjahr um 1 300 % zu steigern. Im Geschäftsjahr 2021 war es erneut ein Anstieg, diesmal um 90 %.** Damit haben wir das Ziel für slowakisches Schweinefleisch im Geschäftsjahr 2020 bereits erreicht.

Slowakisches Rindfleisch wurde bereits im Sommer des Geschäftsjahres 2018 in unser Angebot aufgenommen, daher ist die Umsatzsteigerung nicht so deutlich wie bei Schweinefleisch. Doch gerade beim Rindfleisch stoßen wir auf die oben genannten Grenzen.

	SK Schweinefleisch	SK Rindfleisch
Geschäftsjahr 2019	33 Tonnen	193 Tonnen
Geschäftsjahr 2020	+ 1 300 %	+ 19 %
Geschäftsjahr 2021	+ 90 %	+ 11,7 %

"Mit dem Kauf von frischem und hochwertigem Fleisch aus der Slowakei unterstützen die Kunden die ehrliche Arbeit der Landwirte und Lieferanten. Wir verpflichten uns, sie weiterhin zu unterstützen."



Peter Jarošík
Zentraleinkäufer-Senior

Ein weiteres Ziel für den Rest des Geschäftsjahres 2022 ist es, slowakisches Lammfleisch in allen unseren Filialen ganzjährig anzubieten. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir unseren Umsatz mit slowakischem Lammfleisch um fast das Fünffache steigern, obwohl wir es nicht das ganze Jahr über im Angebot hatten. Wir bieten derzeit slowakisches Lammfleisch in Form von zeitlich begrenzten Sonderangeboten an, die auf der Verfügbarkeit unserer slowakischen Lieferanten beruhen. Die Verkäufe hängen derzeit von der tatsächlichen Versorgung durch unsere Lieferanten ab.



"Ein Teil des Fleisches stammt aus unseren eigenen Betrieben und ein Teil ausschließlich von unseren slowakischen Züchtern. Wir schlachten sowohl Rinder als auch Schweine in unserem eigenen Schlachthof und verarbeiten das Fleisch sofort. Um frisches Fleisch für unsere Kunden zu gewährleisten, wird ab Sonntag geschlachtet. Anschließend wird das Fleisch gekühlt, Rindfleisch für 30 Stunden und Schweinefleisch für 16 Stunden. Das abgekühlte Fleisch wird verarbeitet - entbeint, geschlachtet und am Fließband in Schalen mit Schutzatmosphäre verpackt.

Zoltán Fitos

Direktor der Gesellschaft Istermeat



Slowakisches Geflügel

Zwischen den Geschäftsjahren 2020 und 2021 ist es uns außerdem gelungen, die Menge des verkauften slowakischen Geflügels um 10,5 % zu steigern. **Von der Gesamtmenge des im Geschäftsjahr 2020 verkauften Geflügels entfielen 73 % auf slowakisches Geflügel. Im Geschäftsjahr 2021 waren es 72 %.**

Die meistverkaufte Geflügelart ist im Allgemeinen Huhn. **Der Anteil des slowakischen Hühnerfleisches an der Gesamtmenge des im Geschäftsjahr 2020 verkauften slowakischen Geflügels betrug bis zu 98,7 %. Im Wirtschaftsjahr 2021 lag er bei 98,1 %.**



Wir bieten nur Hühnerfleisch von slowakischen und tschechischen Lieferanten an.

Zusammenarbeit mit Lieferanten

Für regionale Lieferanten, aber auch für Lieferanten unserer eigenen Markenprodukte, bieten wir Beratung zum Aufbau von Kooperationen, zu rechtlichen Anforderungen und zum Know-how im Zusammenhang mit dem Angebot von Produkten für Lebensmittelketten. Wir unterstützen Sie auch bei der Wahl des Verpackungsmaterials und der vorgeschriebenen Kennzeichnung der Produkte. Die Landwirte erhalten garantiert gleichbleibende Mengen der von ihnen erzeugten Pflanzen, so dass sie während der gesamten Saison einen sicheren Absatz haben und ihre weitere Entwicklung und Investitionen in die Produktion planen können.

WIE WIR DEN VERKAUF von slowakischen und regionalen Produkten FÖRDERN

-  Spezielle Seiten in der Broschüre für Kunden, die der Förderung des Verkaufs von slowakischen und regionalen Produkten gewidmet sind
-  PR-Artikel in externen Medien, in denen wir auch für unsere Lieferanten werben
-  Online-Produktwerbung
-  Besondere Produktkennzeichnung in der Filiale
-  Verkostungen
-  Speziell gekennzeichnete Regale



Wir helfen den regionalen Herstellern beim Wachstum

Ziel des 2017 gestarteten Projekts zur Unterstützung regionaler Lieferanten Aus unseren Regionen ist es, fantasievolle und qualitativ hochwertige Produkte lokaler Erzeuger zu entdecken und sie immer mehr Kunden näher zu bringen. Unser Ziel ist es, weiterhin mit regionalen Lieferanten zusammenzuarbeiten, unsere Kooperation auszubauen und sie bei ihrem Wachstum zu unterstützen. Bei den regionalen Erzeugern handelt es sich häufig um kleine Familienbetriebe, die Familienmitgliedern und Menschen in ihrer unmittelbaren Umgebung Arbeit geben. Sie verfügen meist über geringere Produktionskapazitäten und können daher ihre Produkte nur an Filialen in ihrer Region liefern. Eines haben sie jedoch alle gemeinsam - ihre Produkte erzählen eine einzigartige Geschichte über ihre Herkunft, sorgfältig bewahrte Rezepte oder innovative Verfahren.

Was ist für uns regional?



Traditionelle, für die Region typische Produkte



Entfernungskriterium 50 - 60 km vom Produktionsort



Lieferung außerhalb der Region nur in Ausnahmefällen



Regionale Erzeuger sind gleichzeitig auch Lieferanten



Lieferung direkt an die Filialen



Jetzt auch innovative Produkte

"Das Angebot von regionalen Lieferanten wird von unseren Kunden sehr begrüßt. Die Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten ist äußerst lohnend. Jedes Produkt hat seine eigene Handschrift und Tradition. Es spiegelt die Kreativität des Anbieters und seine Liebe zu dieser Arbeit wider. Die Lieferanten legen großen Wert auf die Qualität, die Tradition und die Details der Produkte. Durch ihre Arbeit und die Liebe zu ihrem Handwerk tragen sie zur Bewahrung unserer slowakischen Traditionen bei."



Michaela Florišová
Zentraleinkäuferin-
Seniorin



	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Anzahl der Filialen mit regionalem Sortiment	64	69	71
Anzahl der regionalen Lieferanten	74	90	127
Anzahl der Produkte	493	550	736

Wir sind auf einem guten Weg, unser gesetztes Ziel zu erreichen, die Anzahl der regionalen Produkte bis zum Ende des Geschäftsjahres 2022 im Vergleich zum Geschäftsjahr 2019 um 50 % zu erhöhen und in allen Filialen vertreten zu haben. Regionale Produkte sind derzeit in allen unseren Filialen vertreten.



Die beliebtesten

Zu den beliebtesten Produkten aus dem regionalen Sortiment gehören Milchprodukte, Fleischpasteten und Nudeln. Die Kunden greifen aber auch gerne zu weniger bekannten traditionellen Produkten.



„Liptovské droby“ ist eine traditionelle Liptauer Delikatesse, die von der Europäischen Kommission in Brüssel als geschützte geografische Angabe anerkannt worden ist. Es handelt sich um eine traditionelle Art von Leberwurst, die anstelle von Fleisch mit einer köstlich gewürzten Kartoffelmischung gefüllt ist.



Hafirovica ist ein Likör aus slowakischen Heidelbeeren mit einem Alkoholgehalt von 30 %. Für die Zubereitung werden alte traditionelle Rezepte aus der Region Orava verwendet, wo die Blaubeeren Hafirs genannt werden. Deshalb heißt der Likör auch Hafirovica



BeeLOL ist eine Süßware mit höherem Mehrwert, die nur aus natürlichen und gesunden Zutaten wie Honig, getrockneten Kräutern und Trockenfrüchten hergestellt wird. Die Honigbonbons und Lutscher sind handgefertigt und enthalten echte Trockenfrüchte und Kräuter anstelle von künstlichen Aromastoffen. Die zu 100 % recycelbaren Papierverpackungen werden sogar nach und nach durch kompostierbare Materialien ersetzt.



Zuckerratte, Honig aus Košice, mit leichtem Eiweißschaum gefüllte Tüten - das sind Süßwaren wie vom Jahrmarkt. Diese nach einem traditionellen Rezept aus den siebziger Jahren hergestellten Bonbons werden von einer ungewöhnlichen Fabrik an Kaufland geliefert - einem eingetragenen Sozialunternehmen in Hronovce, das ursprünglich eine Behindertenwerkstatt war.

Vom Wert der Lebensmittelkäufe bei slowakischen Lieferanten betrug der Wert der Lebensmittelkäufe bei regionalen Lieferanten im Geschäftsjahr 2019 911 001 Euro. Im Geschäftsjahr 2020 ist dieser Betrag um 267 % und im Geschäftsjahr 2021 nochmals um weitere 8 % gestiegen.

	Kaufwert in €	Anstieg in %
Geschäftsjahr 2019	911 001 Euro	-
Geschäftsjahr 2020	3 352 194 Euro	267 %
Geschäftsjahr 2021	3 643 252 Euro	8 %

Spezialität - Craftbiere

Jeder Slowake hat im Jahr 2020 fast 70 Liter Bier getrunken. Obwohl die Bierproduktion steigt, ist der Verbrauch nach Angaben des slowakischen Verbands der Bier- und Malzhersteller im vergangenen Jahr infolge der Pandemie um bis zu einem Drittel zurückgegangen. Im Jahr 2020 waren die Kneipen bis zu 19 Wochen lang geschlossen, was zu dem bereits erwähnten Rückgang des Bier- und Radlerverbrauchs in den Kneipen führte.

Wir haben das Craftbier-Projekt im Frühjahr 2021 gestartet. Vorrangiges Ziel war es, den slowakischen Bierherstellern zu helfen, die während der Pandemie Schwierigkeiten hatten, ihre Produkte an die Kunden zu bringen. Gleichzeitig konnten wir unser Angebot an regionalen Produkten mit einzigartigen Geschmacksrichtungen erweitern. An dem Projekt waren sowohl größere als auch kleinere Lieferanten beteiligt, so dass wir die Bedingungen für die Zusammenarbeit individuell festgelegt haben. Alle Brauereien beliefern je nach ihren eigenen Kapazitäten entweder das gesamte Filialnetz über ein Logistikzentrum oder liefern ihre Biere an bestimmte Filialen in ihrer Umgebung. Aus diesem Grund können die Kunden bestimmte Marken nur in bestimmten Filialen finden.

Dass das Bier in der Slowakei sehr beliebt ist, beweist die Existenz von mehr als 70 Brauereien. Die meisten Bierliebhaber schrecken heutzutage nicht vor Sonderangeboten oder neuen Geschmacksrichtungen zurück, weshalb kleine Handwerksbrauereien immer mehr ihren Platz auf dem Markt finden.

Die Craftbiere zeichnen sich durch die Auswahl hochwertiger natürlicher Zutaten ohne Konservierungsstoffe aus, die weder gefiltert noch

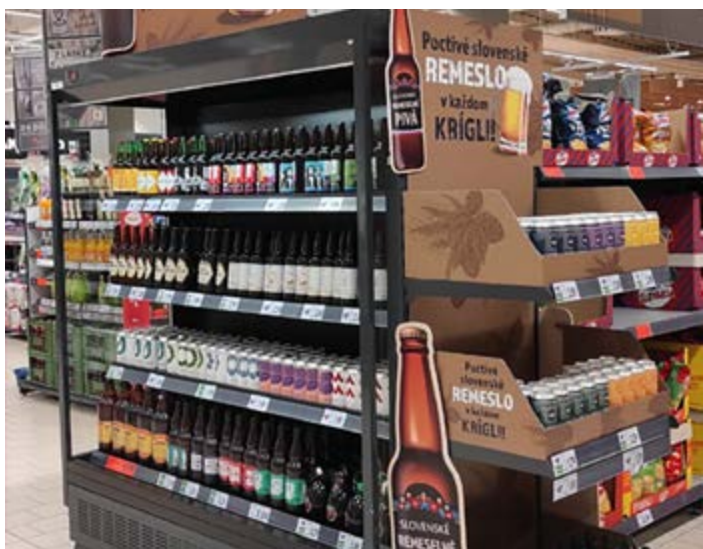
"Kleine regionale Brauereien stellen Biere nach ihren eigenen Rezepten her. Sie verwenden oft speziellen Hopfen, sie verlängern die Haltbarkeit des Bieres nicht durch Pasteurisierung und vor allem brauen sie es mit viel Liebe. Für mich ist Craftbier zu einem Lieblingsgetränk geworden, das sowohl Körper als auch Seele mag"



Michaela Florišová
Zentraleinkäuferin-Seniorin

pasteurisiert werden. Der endgültige Geschmack des speziellen Craftbiers wird auch von den Geschmacksvorlieben des Braumeisters beeinflusst, durch dessen Hände jede Flasche geht.

Im zweiten Jahr des Projekts haben sich 29 slowakische Regionalbrauereien (die Zahl ist gleichgeblieben, aber die Liste der Lieferanten hat sich geändert) dem Projekt angeschlossen, und die Zahl der Bierspezialitäten ist von 103 auf 105 gestiegen.



"Wir freuen uns sehr, dass Kaufland es ermöglicht, unsere Produkte an neue Kunden zu bringen, auch an solche, die alkoholfreie Biere bevorzugen."

Matúš Kozina, Direktor der Brauerei NILIO

A close-up photograph of a person's hands using a handheld barcode scanner on a cardboard box. The person is wearing a light green shirt and a dark blue jacket. The scanner is black and blue, and the box is brown. The background is a blurred warehouse setting with shelves and boxes. The text is overlaid on the bottom half of the image.

**Auch durch Beschaffung
für den Eigenbedarf
unterstützen wir
slowakische Lieferanten**

Zusätzlich zu den Produkten, die wir einkaufen, um sie an unsere Kunden zu verkaufen, beschafft unser Unternehmen eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, die zur Unterstützung unserer Geschäftstätigkeit und unseres Betriebs erforderlich sind. Ob Baumaterialien, Maschinen und Geräte, Energie, Bürobedarf, Schreibwaren, IT-Ausrüstung oder eine Vielzahl von Dienstleistungen vom Warens transport bis zur Werbekampagne. Wir unterstützen slowakische Lieferanten auch in diesem Bereich.



GRI 204-1

Von dem Gesamtbetrag, der für die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen für den Betrieb unseres Unternehmens ausgegeben wurde, entfielen im Geschäftsjahr 2021 81 % auf die Beschaffung bei Lieferanten mit Sitz in der Slowakischen Republik.*

	2019	2020	2021
Beschaffungswert	80 %	82 %	81 %

*Dieser Betrag ist ohne Mehrwertsteuer angegeben und umfasst auch Zahlungen an Städte, Gemeinden und staatliche Einrichtungen, wie z. B. Steuerzahlungen, Zahlungen an das Zollamt usw.



04 Betrieb und Prozesse

A photograph of a forest floor. In the foreground, there is a pile of brown pine needles and a large, bright green mossy rock. The background is a dense forest with sunlight filtering through the trees, creating a bokeh effect of green and yellow light. A solid brown vertical bar is on the left side of the image.

Betrieblicher Umweltschutz



GRI 103, GRI 307-1 Wir sind uns der Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt bewusst und engagieren uns daher aktiv für deren Schutz und minimieren unsere negativen Auswirkungen. Durch den Einsatz moderner Baumaterialien und innovativer Technologien erfüllen wir die gesetzlichen Anforderungen an das Bauwesen und übertreffen sie auch in vielerlei Hinsicht. Alle unsere neu errichteten Filialen nutzen seit 2013 ein Rekuperationssystem. Der Einsatz von LED-Beleuchtung, Kühlgeräten mit umweltfreundlichem Kältemittel und Kühlvitriolen mit Glastüren trägt ebenfalls zum Energiesparen in den Filialen bei. Im Geschäftsjahr 2019 haben wir die erste Filiale in der Slowakei gebaut, deren Dach mit Grünpflanzen bedeckt ist. Im Geschäftsjahr 2021 war sie die erste Filiale mit einer Photovoltaikanlage zur Erzeugung von Strom aus Sonneneinstrahlung. Wir verfügen über ein Energiemanagementsystem nach ISO 50 001, das wir im alljährlichen Audit verteidigen. Nach unserem Kenntnisstand haben wir noch nie gegen Umweltrichtlinien oder -vorschriften verstoßen.

Wir setzen Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen in allen Bereichen unseres Unternehmens konsequent um. Wir haben uns Klimaziele gesetzt, die wir durch geplante, bis 2025 laufende Maßnahmen erreichen werden, wenn unsere Gesellschaft klimaneutral werden soll. Alle nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen. Wir setzen energieeffiziente Technologien ein, planen den Bau umweltfreundlicher Gebäude und optimieren Logistikprozesse. Bei der Planung von Neubauten und Erweiterungen von Logistikzentren orientieren wir uns an international gültigen Handbüchern und international definierten Anforderungen, die den Umweltschutz berücksichtigen. Kaufland-Filialen werden in verschiedenen Ländern nach gleichen Standards gebaut.

GRI 103 *Jeder Bereich unseres Geschäfts – sei es der Energieverbrauch unserer Filialen oder der in unseren Filialen erzeugte Abfall – wird ständig überwacht und analysiert, und wir suchen nach Möglichkeiten, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern. Wir setzen uns regelmäßig ehrgeizige Ziele, die wir zeitnah erreichen wollen.*

Innerhalb des Unternehmens sind mehrere Abteilungen für den Umweltschutz zuständig:

" Verantwortlicher für den Energieverbrauch und die Energieeffizienz von Kühlanlagen unter Einhaltung der geltenden Gesetze

"Projektleiter in der Abteilung Expansion und Bau

"Projektleiter für Abfallwirtschaft in der Logistik

"Bereichsleiter in der Abteilung für den Technischen Einkauf



Janette Kučerová
Direktorin der
Zentralen Dienste

"Seit 2020 haben wir uns noch stärker auf die Bedeutung nachhaltiger Gebäude und den Energiestandard von Gebäuden konzentriert. Auch auf dieses Thema gehen wir ausführlich in unserem Handbuch für den Bau von Kaufland Filialen ein. Der Leitfaden behandelt die neuesten umweltfreundlichen und nachhaltigen Lösungen im Bauwesen, sowie die aktuellsten gesetzlichen Anforderungen. Eine der nachhaltigen Lösungen ist auch die Integration von Photovoltaik-Paneele, die wir erstmals im November 2021 in unserer Filiale in Bratislava Devínska Nová Ves installiert haben. Dank der Nutzung alternativer Energiequellen können wir den jährlichen Stromverbrauch in dieser Filiale um etwa 15 bis 20 % senken. Im Geschäftsjahr 2023 planen wir die Eröffnung unserer ersten Filiale in der Slowakei mit Holzkonstruktion und nachhaltigen Lösungen, ausgezeichnet mit dem BREEAM-Zertifikat."

*Spätestens 2025 werden wir ein klimaneutrales Unternehmen, indem wir verbleibende betriebliche Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) durch zertifizierte Kompensationsprojekte kompensieren

Wir wachsen verantwortungsvoll

GRI 102-10, GRI 102-15, GRI 203-1 In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir insgesamt zwei neue Filialen eröffnet, beide in Bratislava. Der Bau jeder Filiale stellt eine Belastung für die Umwelt dar, nicht nur in Bezug auf die CO₂-Emissionen, sondern auch in Bezug auf den Verlust von Grünflächen, der Artenvielfalt und die Abfallerzeugung. Mit vielen Ausgleichsmaßnahmen und nachhaltigen Lösungen versuchen wir, die mit dem Bau verbundenen Belastungen zu minimieren. Dank der Eröffnung von Filialen in Städten, in denen wir bisher nicht vertreten waren, haben wir die Verfügbarkeit unserer Produkte und Dienstleistungen erhöht und die Beschäftigung und die Wirtschaft in den Regionen der Slowakei gefördert.

	Neu eröffnete Filialen	Modernisierte Filialen
GESCHÄFTS- JAHR 2020	-	2 Filialen (Púchov, Vranov nad Topľou)
GESCHÄFTS- JAHR 2021	2 Filialen Bratislava Devínska Nová Ves Verkaufsfläche: 3 296m ² Bauzeit: 22. 6. - 3. 11. 2021 Eröffnung: 4. 11. 2021 Bratislava OC Danubia Verkaufsfläche: 2 994m ² Eröffnung: 18. 11. 2021	3 Filialen (Bratislava Rača, Dubnica nad Váhom, Šamorín)

Investitionen in die öffentliche Infrastruktur rund um unsere Filialen und unser Logistikzentrum

GRI 203-1

Natürlich sind mit dem Bau neuer Filialen auch Investitionen in die umliegende öffentliche Infrastruktur verbunden, damit unsere Filialen für die Kunden leicht und

bequem erreichbar sind, um eine effiziente Warenbelieferung und Abfallentsorgung zu ermöglichen und um die umliegenden Grünflächen zu verbessern.

GESCHÄFTSJAHR 2021

GRI 203-1

571.206,79 Euro / hauptsächlich Infrastruktur im Bereich des Logistikzentrums in Ilava - Kreisverkehr, Radweg, Wanderwege, Verbreiterung der Einfahrt, Begrünung

LED-Beleuchtung

Geschäftsjahr 2020 – 58 Filialen

Geschäftsjahr 2021 – 69 Filialen

Dank des Austauschs der Beleuchtung gegen LEDs werden wir den Stromverbrauch auf der Verkaufsfläche um durchschnittlich 25 % senken.

Rekuperation

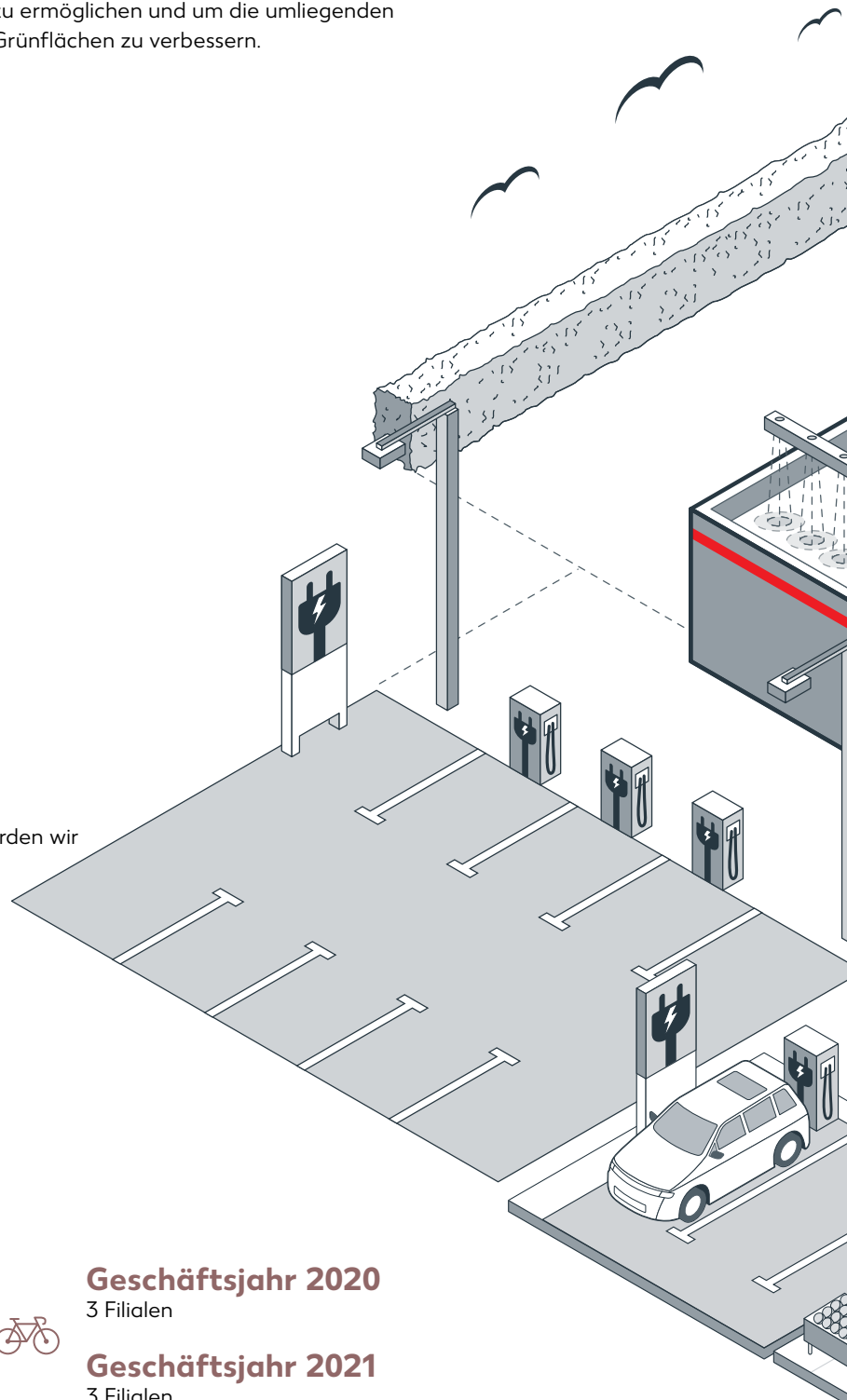
Geschäftsjahr 2020 – 19 Filialen

Geschäftsjahr 2021 – 23 Filialen

Wärmepumpen

Geschäftsjahr 2020 – 19 Filialen

Geschäftsjahr 2021 – 21 Filialen



Geschäftsjahr 2020

3 Filialen

Geschäftsjahr 2021

6 Filialen



Geschäftsjahr 2020

3 Filialen

Geschäftsjahr 2021

3 Filialen

In unseren Filialen können Kunden ihr Elektroauto und Elektrofahrrad mit Ökostrom laden.

Filialen mit Luftkühlung mit natürlichen Kühlmitteln

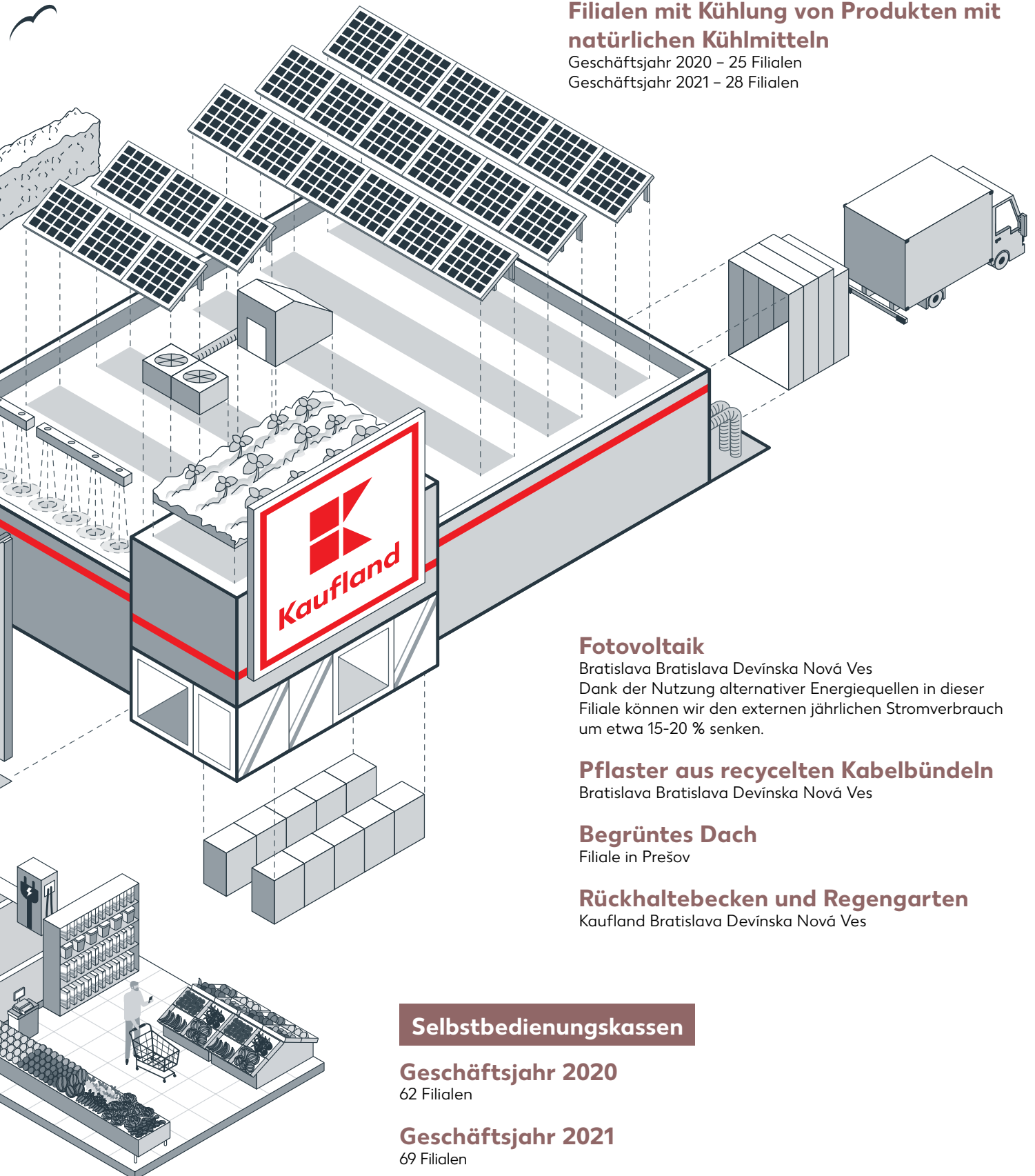
Geschäftsjahr 2020 – 23 Filialen

Geschäftsjahr 2021 – 23 Filialen

Filialen mit Kühlung von Produkten mit natürlichen Kühlmitteln

Geschäftsjahr 2020 – 25 Filialen

Geschäftsjahr 2021 – 28 Filialen



Fotovoltaik

Bratislava Bratislava Devínska Nová Ves

Dank der Nutzung alternativer Energiequellen in dieser Filiale können wir den externen jährlichen Stromverbrauch um etwa 15-20 % senken.

Pflaster aus recycelten Kabelbündeln

Bratislava Bratislava Devínska Nová Ves

Begrüntes Dach

Filiale in Prešov

Rückhaltebecken und Regengarten

Kaufland Bratislava Devínska Nová Ves

Selbstbedienungskassen

Geschäftsjahr 2020

62 Filialen

Geschäftsjahr 2021

69 Filialen

REGENGARTEN

Dabei handelt es sich um eine gezielte Vertiefung zum Auffangen von Regenwasser von festen Oberflächen – Dächern, Gehwegen, Parkplätzen usw. Das Wasser versickert auf natürliche Weise im Untergrund und verursacht keine unnötige Entwässerung der Fläche. Visuell können wir uns eine Pflanzengemeinschaft vorstellen, die extremen Bedingungen standhalten kann, ob es sich um vorübergehende Nässe aufgrund von anhaltendem Regen oder einer Dürreperiode handelt.

INSEKTENHOTELS



In der Slowakei setzen wir uns ebenfalls für die Förderung der Artenvielfalt ein. Die Notwendigkeit des Schutzes der Artenvielfalt wird auch durch den Bau von hölzernen Hotels für kleine Insekten unterstrichen, die u. a. der Edukation der Kunden dienen. Insektenhotels werden besonders in Städten benötigt, in denen Wildbienen, Marienkäfer, Zweiflügler oder Gemeine Florfliege es schwer haben, zu überleben. Es gibt bereits mehr als dreißig davon in der Nähe unserer Filialen und an anderen öffentlich zugänglichen Orten in der ganzen Slowakei.

ÖLSAMMLUNG



ZBER OLEJA

**Použitý kuchynský olej odovzdajte
do zberných nádob pred predajňami
Kaufland.**

evylievajte
použitý olej
o výlevky.



Prelejte ho d
žlích, uzor

PET fliaž.*

trước đây
10 năm.

Fakty v prospech zberu použitého oleja.

Zamysleli ste sa niekedy pri vyľevení
použitého kuchynského oleja do výlečky
nad tým, ako si z takýmto odpadom
poradí príroda?

Faktor je, N liter pouzítava voda dvojnásobně znečištěná nežli čistá voda, a to znamená, že čistá voda je k dostání v množství 2N litrů. Takto znečištěná voda je používána v množství N litrů, což znamená, že celkové množství vody je 3N litrů.

Na odvozdňovanie sú vhodné všetky typy rastlinných olejov (ľanový, palmový a pod.). Mnohú zastaranú v domácnostiach na výpredaj vo veľkom, prípadne oleje chýbajúce ako palmový olej (v

[illegible]

Óleje zgodzące się

[např. výprava ekologických pošt]

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 wurden insgesamt 224 464 kg Altspeiseöl gesammelt. Dieses kann von unseren Kunden vor jeder unserer Filialen abgegeben werden.

GESCHÄFTSJAHR 2020

87 452 kg

GESCHÄFTSJAHR 2021

137 012 kg

BLAUER KASSENBO

MODRÝ BLOK



Im Gegensatz zu früheren Kassenbons kann er bedenkenlos ins Altpapier entsorgt und dann recycelt werden. Trotz der blauen Farbe des Thermopapiers enthält der Kassenbon keine Phenole oder andere chemische Farmentwickler. Es ist völlig bedenkenlos im Kontakt mit den Lebensmitteln in der Einkaufstasche. Im Vergleich zu gewöhnlichen Kassenbons ist die Schrift auf unserem blauen Kassenbon sonnenlichtbeständig. Der Bon verblasst nicht und kann zu Dokumentationszwecken länger aufbewahrt werden. Darüber hinaus ist er öl- und wasserbeständig. Selbst wenn er nass wird, ist er noch gut lesbar.

Energieeffizienz

Unsere Unternehmen hat ein Energiemanagementsystem nach ISO 50 001 eingeführt. Dieser internationale Standard stellt sicher, dass wir die Energiewirkung und Energieeffizienz unserer Filialen, Bürogebäude und unseres Logistikzentrums kontinuierlich verbessern. Die Senkung des Energieverbrauchs spart Betriebskosten und leistet darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz, da sie zur Senkung der CO₂Emissionen führt.

Wir setzen moderne und energieeffiziente Technologien in unseren Filialen und im Logistikzentrum ein. Wir verbessern die Energieeffizienz in neuen Filialen, indem wir moderne, effiziente Technologien wie Rekuperation, Photovoltaik auf dem Dach und Wärmepumpen installieren. Für die Belüftung verwenden wir Lüftungsgeräte mit Wärmerückgewinnung. Diese Technologie wird energieeffizient über Sensoren zur Kontrolle der Luftqualität geregelt. In der industriellen Kühlung verwenden wir Produkte, die weder die Ozonschicht schädigen noch den Treibhauseffekt unterstützen. Für die Trennung von gekühlten und gefrorenen Produkten verwenden wir ausschließlich umweltfreundliches Kühlmittel – CO₂.

In allen Filialen ersetzen wir veraltete, energieintensive Technologien nach und nach durch neue, energiesparende. Eine dieser kostensparenden Maßnahmen ist der Ersatz von Leuchtstofflampen durch LEDs, was wir in 2021 in sechs weiteren Filialen getan haben, um so 980.000 kWh Strom pro Jahr einzusparen. Um Ihnen eine bessere Vorstellung zu geben, dies entspricht dem gesamten Jahresverbrauch unserer kleineren Filiale. Aktuell haben wir in allen unseren Filialen LED-Beleuchtung.

Da der Energieverbrauch bis zu einem gewissen Grad von jedem Mitarbeiter beeinflusst werden kann, wurde unter energie@kaufland.sk eine E-Mail-Adresse eingerichtet, an die jeder Mitarbeiter Vorschläge für Energiesparmaßnahmen senden und auch Störungen melden kann, die zu einem Anstieg des Energieverbrauchs führen.

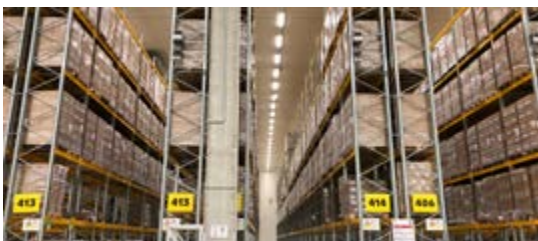


Innovationen im Logistikzentrum in Ilava

Innovationen sind der Weg in die Zukunft, und die Logistik wird mehr und mehr zu einer Wissenschaft. Doch mit wachsender Nachfrage, größerem Angebot in den Filialen und komplexerer Infrastruktur wird eine effiziente Logistik immer mehr zur Notwendigkeit. In der Logistikbranche wird die Einführung von Technologie und Automatisierung immer beliebter. „Smart“ Lösungen und die Digitalisierung können die Arbeit auch in diesem Bereich deutlich effizienter machen.

Täglich werden ca. 4.800 Paletten auf 145 LKWs vom Logistikzentrum zu unseren Filialen transportiert. An geschäftigen Tagen sind es fast doppelt so viele. Insgesamt durchlaufen jährlich mehr als 1,33 Millionen Paletten mit einem Wert von fast einer Milliarde Euro unser Logistikzentrum.

Die meisten Innovationen zielen darauf ab, die Arbeit zu erleichtern und die physische Belastung durch den Warentransport zu minimieren. Im Februar 2020 haben wir in unserem Logistikzentrum in Ilava einen neuen Teil Lagerbereich mit einem sogenannten automatischen Stapler eröffnet. Lagerarbeiter mit Rollwagen wurden durch computergesteuerte Kräne, Schienen und Scanner ergänzt. Der automatische Stapler in unserem Logistikzentrum manipuliert fast die Hälfte der Waren. Der Rest wird nach wie vor auf traditionelle Weise



gehandhabt. Obwohl diese Lösungen auf den ersten Blick zu Personalabbau und Entlassungen zu führen scheinen, ist dies nicht immer der Fall.

"Alle Innovationen dienen dazu, den Mitarbeitern die Arbeit effektiv zu machen und den Prozess zu beschleunigen. Dank ihnen wird die Arbeit unserer Mitarbeiter erleichtert. Wir bauen Stellen mit hoher physischer Arbeitsbelastung ab und schaffen neue Stellen, die sicherstellen, dass die Automatisierung funktioniert. Wir brauchen ständige technische Unterstützung und Techniker, die für die Wartung, den reibungslosen Betrieb und die ordnungsgemäße Einrichtung der Geräte verantwortlich sind. Menschliche Arbeit ist weiterhin in der Logistik unersetzlich. Obwohl die Maschinen immer ausgeklügelter werden, können sie die Wartung nicht selbst übernehmen, so dass unser Lager auf das Fachwissen und die geschickten Hände von Mitarbeitern angewiesen ist. Wir haben vor allem bestehende Mitarbeiter für neue, eher technische Positionen umgeschult. Für einige von ihnen ist das Leben am Arbeitsplatz viel einfacher geworden

Jaroslav Solak, Leiter der zentralen Lagerverwaltung bei Kaufland in Ilava

Die neue Halle mit automatischer Lagerung erhöht unsere Lagerkapazität um 27.000 Paletten. Die automatisierte Rampe kann 200 Paletten pro Stunde übernehmen, und die Inspektoren können an zwei bis drei Linien gleichzeitig arbeiten. Die geprüften Paletten fahren selbstständig auf Schienen weiter zu ihren Zielregalen, wo ein großer, schneller, futuristischer Kran sie an den vorgesehenen Ort bringt.

TIKO Lager

Im Jahr 2020 haben wir mit dem Vertrieb von Tiefkühlware aus unserem neuen Tiefkühlager TIKO im Logistikzentrum Ilava begonnen. Die Lagerfläche beträgt 6.000 m², die Temperatur im Lager -19,5 °C und im Wareneingangsbereich +3 °C. Die ausgelagerten Paletten werden aus dem Tiefkühlbereich zur Verladung in den Kühlbereich (sog. "Cool Dock") "just in time" transportiert, wo der Fahrer sie sofort in einen Kühlanhänger lädt.

Der größte Vorteil des TIKO-Lagers ist die Flexibilität, die rechtzeitige Reaktion auf die Anforderungen unserer Filialen, die Einsparungen beim Transport und

die volle Kontrolle über die Einhaltung der Kühlkette während des Transports. Das neue Tiefkühlager optimiert und rationalisiert unsere gesamte Logistik

ENERGIEVERBRAUCH IN DEN GESCHÄFTSJAHREN 2019 bis 2021 in Megajoule

		Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
GRI 302-1	Energieverbrauch aus nicht-erneuerbaren Quellen	Gasverbrauch*	74.679.395,4	74.539.534,4
		Dieserverbrauch (Autopark)	22.726.313,6	17.722.817,5
		Benzinverbrauch (Autopark)	521.881,5	808.723,7
	Wärmeverbrauch		21.471.818,4	21.451.652,1
	Elektrizitätsverbrauch		351.117.324,0	350.785.438,1
	Gesamtverbrauch an Energie		470.516.732,9	465.308.165,9
				481.918.570,8

Zur Berechnung des Energieverbrauchs haben wir manuelle Zählerstände oder Rechnungsunterlagen unserer Lieferanten verwendet.

*Der Gasverbrauch wird pro Kalenderjahr angegeben.

Wir haben keine Kälte oder Dampf eingekauft, wir haben keine von uns produzierte Energie verkauft

Unser Verbrauch von Gas und Wärme zum Heizen wird am stärksten von den Wetterbedingungen beeinflusst. Expansion und Bau von neuen Objekten hat Auswirkungen vor allem auf den Stromverbrauch, den wir durch kosteneinsparmaßnahmen auf dem Niveau der Vorjahre halten können.

STROMVERBRAUCH IN DEN GESCHÄFTSJAHREN 2019 bis 2021 in Megajoule

	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Stromverbrauch in Filialen	323.209.083,6	317.979.900,3	320.986.809,9
Stromverbrauch im Logistikzentrum	27.019.173,6	32.005.051,2	29.089.796,1
Stromverbrauch in der Verwaltung	889.066,8	800.486,6	1.635.430,4
Stromverbrauch insgesamt	351.117.324,0	350.785.438,1	351.712.036,5

Zur Berechnung des Energieverbrauchs haben wir manuelle Zählerstände oder Rechnungsbelege unserer Lieferanten verwendet.

Eigene Stromerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen

Geschäftsjahr 2021 (4 Monate, eine Filiale) – 20.437 kWh/73.573,2 Megajoule – CO₂-Einsparung/Vergleich zu etwas

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 waren 100 % des Stroms, den wir als Kaufland direkt bezogen haben, Ökostrom. **71 von 72 Filialen nutzten damit Ökostrom für ihren Betrieb.** Im Geschäftsjahr 2021 haben wir für eine Filiale keinen Ökostrom verwendet, da der Vermieter der Räumlichkeiten für unsere neu eröffnete Filiale im Einkaufszentrum Danubia in Bratislava

diese Art von Strom nicht unter Vertrag hatte. Ab Juni 2023 wird aber auch diese Filiale mit Ökostrom betrieben. Von der Eröffnung dieser Filiale im November 2021 bis zum Ende des Geschäftsjahres 2021 (Februar 2022) machte die verbrauchte Strommenge 0,4 % der gesamten im Geschäftsjahr 2021 verbrauchten Strommenge aus.

Unser Ziel ist es, 100 % des Stroms zu verbrauchen aus erneuerbaren Quellen.

KALENDERJAHR 2020	KALENDERJAHR 2021
100 % der Elektrizität aus erneuerbaren Quellen	100 % der Elektrizität aus erneuerbaren Quellen
Energie aus Biomasse 28,29 %	Energie aus Biomasse 0,02 %
Windenergie 38,67 %	Solarenergie 0,68 %
Strom aus Wasserkraft 33,05 %	Strom aus Wasserkraft 99,3 %

GRI 302-3

INTENSITÄT DES GESAMTEN ENERGIEVERBRAUCHS IN DEN GESCHÄFTSJAHREN 2019 BIS 2021 in Megajoule

	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Energieverbrauch pro Mitarbeiter	64.581,3	64.518,6	64.896,1
Energieverbrauch pro m ² Verkaufsfläche	2.224,5	2.137,6	2.189,7

GRI 303-5

WASSERVERBRAUCH IN DEN GESCHÄFTSJAHREN 2019 BIS 2021 in m³

	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Wasserverbrauch in Filialen	120 918	141,934	120,752
Wasserverbrauch im Logistikzentrum	8,140	8,992	9,187
Wasserverbrauch im Verwaltungszentrum	837	1,500	402
Wasserverbrauch insgesamt	129 895	152,425	130,341

Wir haben manuelle Zählerablesungen verwendet, um den Wasserverbrauch zu berechnen.

Ökologistik

Seit Juni 2021 setzen wir auch den ersten mit LNG (Flüssigerdgas) betriebenen Lkw für die Belieferung der Filialen vorwiegend in Bratislava ein. Mit diesem Schritt haben wir ein Projekt der Ökologistik gestartet.

"Die Reichweite eines solchen Fahrzeugs beträgt bis zu 1.300 km pro Tankfüllung. Dabei werden seine Kraft und Leistung jedoch nicht reduziert, wie es bei mit CNG – komprimiertem Erdgas – betriebenen Fahrzeugen der Fall ist"

Dalibor Janega
Geschäftsführer des
Versorgungsunternehmens
Dalitrans.

Dank dieses umweltfreundlichen Antriebs hinterlässt der Lkw einen deutlich kleineren ökologischen CO₂-Fußabdruck.

Da das Tankstellennetz in der Slowakei erweitert wurde, ist es möglich, dieses Fahrzeug auch in anderen zu verwenden Teile der Slowakei.

Der Betrieb eines Fahrzeugs reduziert die CO₂-Emissionen um bis zu 20 % und verbessert die Kraftstoffeffizienz. Bei der Verwendung von Bio-Flüssigerdgas (BIO LNG) kann die CO₂-Emission bis auf Null reduziert werden. Derzeit ist es nicht möglich, diesen Kraftstoff in der Slowakei zu tanken, wir rechnen jedoch in Zukunft damit.

Effizienz und alternative Kraftstoffe sind Schlüsselfaktoren in unserer Strategie für einen nachhaltigen Güterverkehr. Unser Ziel ist es, unseren Fuhrpark schrittweise um umweltfreundliche Fahrzeuge zu erweitern. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir ein weiteres LNG-Fahrzeug im Testbetrieb eingesetzt.

Bei der Planung des Transports unserer Produkte kombinieren wir verschiedene Warengruppen auf Paletten, um deren Kapazität so effizient wie möglich zu nutzen. Durch spezielle Systeme überwachen wir das maximal zulässige Gewicht, Volumen und aktuelle Gewicht der Ladung.



ELEKTROAUTOS IN UNSEREM FUHRPARK

Wir haben 2 Elektrofahrzeuge in unserem Fuhrpark – völlig saubere Elektrofahrzeuge mit null Kohlendioxidemissionen. In den letzten zwei Wirtschaftsjahren haben diese Fahrzeuge 8 271 km auf Dienstreisen zurückgelegt.

**Durch bewährte Innovationen
und Digitalisierung arbeiten
wir auch aus der ferne
effizient und sparen Papier.**

ELEKTRONISCHE UNTERZEICHNUNG VON INTERNEN DOKUMENTEN

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir die elektronische Signatur interner Dokumente mittels Adobe Reader Sign eingeführt. Neben der Einsparung von Papier und Toner für Drucker sind wir deutlich effizienter geworden, da während der Pandemie unsere Verwaltungsmitarbeiter (sofern es die Art der Arbeit zuließ) von zu Hause aus arbeiteten. Mit diesem Tool konnten sie alle erforderlichen internen Dokumente aus der Ferne vollständig genehmigen und "unterschreiben". Unterschriebene Dokumente werden elektronisch gespeichert. Seit der Einführung dieses Tools im Mai 2021 haben wir zwischenjährlich 20 % Papier eingespart und weniger Geld für den Kauf von Tonern für Drucker ausgegeben. Auch die Tatsache, dass unsere Admnistrativmitarbeiter die meiste Zeit von zu Hause aus arbeiteten, trug zu den Einsparungen bei, und das Volumen der gedruckten Dokumente ging natürlich zurück. Ein wichtiger Faktor ist auch die Digitalisierung, die wir schrittweise in mehreren Bereichen einführen – die Einführung von Online-Kommunikationsapplikationen, Notiz- und Organisationsapplikationen wie MS Teams, Planner, One Note und andere.

ELEKTRONISCHE LOHNBELEGE

Lohnbelege auf Papier gehören in unserem Unternehmen allmählich der Vergangenheit an. Die Mitarbeiter der Zentrale finden diese Belege seit mehr als zwei Jahren jeden Monat in der HR-Portal-App. Nachdem wir im Geschäftsjahr 2021 die Installation der HR-Portal-App auch auf privaten Mobiltelefonen ermöglicht haben, haben wir diese Option auch unseren Filialmitarbeitern zur Verfügung gestellt. Im Geschäftsjahr 2022 erhalten auch die Mitarbeiter unseres Logistikzentrums diese Möglichkeit. **Durch die Einführung dieser Maßnahme für alle unsere Mitarbeiter werden wir fast 0,5 Tonnen Papier pro Jahr einsparen.**

Wir werden bis 2025 klimaneutral* sein

Vom Einsatz energieeffizienter Technologien über die ökologische Planung von Neubauten bis hin zu umweltfreundlichen Logistikprozessen und Maßnahmen zur Abfallvermeidung versuchen wir, so viel wie möglich zum Klimaschutz beizutragen.

Bei der Reduzierung der Treibhausgase machen wir durch verschiedene Maßnahmen stetige Fortschritte. Der Bericht über CO₂-Fussabdruck enthält die Treibhausgasemissionen, die im Wirtschaftsjahr direkt und indirekt durch unsere Geschäftstätigkeit freigesetzt werden. Um verschiedene Treibhausgase miteinander vergleichen zu können, werden ihre CO₂-Treibhausgaspotenziale als sogenannte CO₂-Äquivalente (CO₂-eq) berechnet. So hat beispielsweise 1 kg Methan den gleichen Treibhauseffekt wie 28 kg CO₂ und würde im Bericht als 28 kg CO₂-eq. erscheinen. Seit 2015 haben wir bereits eine schrittweise Reduzierung der CO₂-Emissionen festgestellt.

Ausführlichere Informationen finden Sie in unseren Berichten über CO₂-Fussabdrücke für die Jahre 2019/2020, 2018/2019 und 2017.

Science Based Targets als Grundlage für Klimaziele

Im August 2020 hat die Schwarz-Gruppe im Namen der gesamten Unternehmensgruppe eine Erklärung zum Beitritt zur Science Based Target Initiative (SBTi) abgegeben. Nach einer umfassenden Analyse des CO₂-Fussabdrucks und der Emissionen wurden Klimaschutzziele nach der SBTi festgelegt. Diese Ziele werden durch Maßnahmen zur Vermeidung, Reduzierung oder zum Ausgleich von CO₂-Emissionen im Betrieb und in der Lieferkette unterstützt.

Unser Ansatz zur Emissionsreduzierung:

- Wir vermeiden Treibhausgasemissionen so weit wie möglich.
- Wir reduzieren Treibhausgasemissionen, die sich nicht vermeiden lassen.
- Wir kompensieren Treibhausgasemissionen, die derzeit nicht reduziert werden können.

Und das sind unsere Klimaziele:

Als Gesellschaft wollen wir einen messbaren Beitrag zur Erreichung des Ziels des Pariser Klimaabkommens leisten, d. h., den Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur deutlich unter 2 °C halten. Die Science Based Targets Initiative (SBTi) hat die von der Schwarz-Gruppe definierten Klimaziele befürwortet und offiziell bestätigt. Auch wir in Kaufland richten uns nach der SBTi, in deren Rahmen wir eigene Klimaziele definiert haben, die zur Erreichung des konzernweiten Ziels beitragen. Eines davon ist die Erreichung der Klimaneutralität* bis spätestens 2025. (Scope 1 und 2)

Reduzierung der betrieblichen Emissionen (Scope 1+2)
Bis 2030 werden wir die Emissionen aus unseren eigenen betrieblichen Aktivitäten (Scope 1+2) im Vergleich zu 2019 um 80 % reduzieren. Die Nutzung von Ökostrom trägt am meisten zu diesem Ziel bei.

Die Leitprinzipien unserer Klimastrategie sind, Emissionen in erster Linie zu vermeiden, dann zu reduzieren und die derzeit nicht reduzierbaren Emissionen zwangsläufig durch international anerkannte und zertifizierte Klimaschutzprojekte auszugleichen. Spätestens im Jahr 2025 werden wir so zu einem klimaneutralen* Unternehmen. (Scope 1 und 2)

Reduzierung der Emissionen in unserer Lieferkette (Scope 3)

Um die Emissionen in unserer Lieferant- und Kundenwertschöpfungskette (Scope 3) zu reduzieren, verpflichten wir unsere Lieferanten, die für 80 % der direkt mit der Herstellung von Produkten verbundenen Emissionen verantwortlich sind, bis 2026 ihre eigenen Klimaziele gemäß der SBTi festzulegen.

Durch den Beitritt zur Science Based Target Initiative reicht es nicht mehr aus, unsere Scope-3-Emissionen nur teilweise auszuweisen. Aus diesem Grund haben wir bereits für das Geschäftsjahr 2019 die Emissionen aus den Wertschöpfungsketten nach oben und unten berechnet, weshalb der Scope-3-Wert von dem in unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht berichteten Wert abweicht.

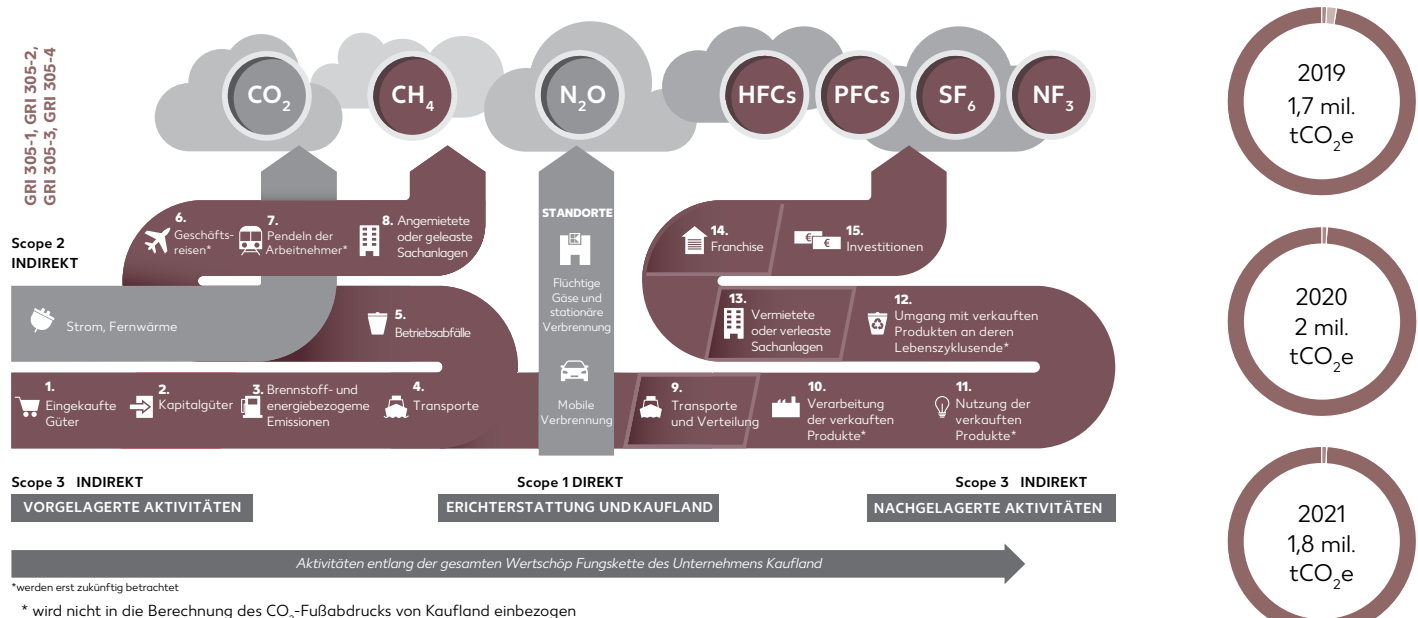
Zusätzliche und deutlich erweiterte Kategorien innerhalb von Scope 3:

- 01 Gekaufte Waren
- 06 Geschäftsreisen
- 07 Pendeln der Mitarbeiter
- 11 Verwendung der verkauften Produkte
- 12 Umgang mit verkauften Produkten am Ende ihres Lebenszyklus

* Nicht vermeidbare betriebsbedingte Emissionen werden durch Kompensationsprojekte ausgeglichen

Klimabilanz von Kaufland

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



Ergebnisse auf der Grundlage des GHG-Protokolls für die Geschäftsjahre 2019 bis 2021*

	Obchodný rok 2019 (referenčný rok)		Geschäftsjahr 2020			Geschäftsjahr 2021			
	Emissionen (tCO ₂ e)	CO ₂ -Emissionen pro m ² Fläche* (kgCO ₂ e/m ²)	Emissionen (tCO ₂ e)	Bezugsjahr 2019	CO ₂ -Emissionen pro m ² Fläche* (kgCO ₂ e/m ²)	Emissionen (tCO ₂ e)	Voriges Jahr	Bezugsjahr 2019	CO ₂ -Emissionen pro m ² Fläche* (kgCO ₂ e/m ²)
Scope 1	16.082,01	52,69	19.721,87	22,63 %	62,05	18.292,82	-7,25 %	13,75 %	56,76
Flüssiggas	10.655,43	34,91	14.625,88	37,26 %	46,02	12.443,68	-14,92 %	16,78 %	38,61
Mobile Verbrennung	1.659,73	5,44	1.321,39	-20,39 %	4,16	1.442,16	9,14 %	-13,11 %	4,48
Stationäre Verbrennung	3.766,85	12,34	3.774,60	0,21 %	11,88	4.406,98	16,75 %	16,99 %	13,67
Scope 2	28.004,67	91,74	1.464,67	-94,77 %	4,61	1.571,80	7,31 %	-94,39 %	4,88
Elektrizität	26.538,62	86,94	0,00	-100,00 %	0,00	4,75		-99,98 %	0,01
Wärme	1.466,05	4,80	1.464,67	-0,09 %	4,61	1.567,05	6,99 %	6,89 %	4,86
Scope 3	1.661.107,35	5.441,88	1.995.453,57	20,13 %	6.278,18	1.844.457,98	-7,57 %	10,07 %	5.673,39
01 Gekaufte Waren	1.430.453,43	4.686,25	1.748.934,93	22,26 %	5.502,58	1.669.215,65	-4,56 %	15,56 %	5.129,60
03 Brennstoffe und Emissionen aus Energien	6.787,16	22,24	7.058,09	3,99 %	22,21	6.685,71	-5,28 %	-1,49 %	20,75
04 Transport	134.707,78	441,31	152.676,80	13,34 %	480,36	130.211,18	-14,71 %	-3,34 %	404,05
05 Betriebliche Abfälle	5.550,21	18,18	6.229,61	12,24 %	19,60	5.612,91	-9,90 %	1,13 %	17,42
06 Geschäftsreisen	742,86	2,43	504,03	-32,15 %	1,59	722,72	43,39 %	-2,71 %	2,24
07 Pendeln der Mitarbeiter	8.706,00	28,52	8.962,80	2,95 %	28,20	9.172,80	2,34 %	5,36 %	28,46
11 Verwendung der verkauften Produkte	72.995,63	239,14	67.351,45	-7,73 %	211,90	19.102,57	-71,64 %	-73,83 %	59,28
12 Umgang mit verkauften Produkten am Ende ihres Lebenszyklus	1.164,28	3,81	3.735,86	220,87 %	11,75	3.734,44	-0,04 %	220,75 %	11,59
Insgesamt	1.705.194,03	5.586,31	2.016.640,11	18,26 %	6.344,84	1.864.322,60	-7,55 %	8,39 %	5.735,03

Scope 1 repräsentiert alle CO₂-Emissionen, die wir direkt im Unternehmen produzieren und die von Kaufland reguliert werden können (direkte CO₂-Emissionen)

Scope 2 repräsentiert die indirekten CO₂-Emissionen, die sich aus der Erzeugung der von externen Energielieferanten bezogenen Energie ergeben

Scope 3 andere indirekte Emissionen

Die Treibhausgasemissionen sind im Geschäftsjahr 2020 insgesamt um 18,3 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2019 gestiegen.

Im Rahmen von Scope 3 stieg der Wert der Emissionen um 20,13 %. Dies ist vor allem auf die Einbeziehung der Verpackungsemissionen aller Produkte zurückzuführen, nicht nur unserer Eigenmarken, wie es im Geschäftsjahr 2019 der Fall war.

Dank der Umstellung auf Ökostrom sanken die Scope-2-Emissionen jedoch um bis zu 94,7 %.

Dank einer Reihe verschiedener Maßnahmen in unserem Unternehmen und bei allen Aktivitäten ist es uns gelungen, die CO₂-Emissionen im Vergleich zum Geschäftsjahr 2020 um 7,55 % zu senken.

Abfall

*Im Logistikzentrum und in den Filialen haben wir uns der Mülltrennung verschrieben, so dass die Mülltrennungsquote bei rund 78 % liegt und damit das diesbezügliche Ziel für die Slowakei und die EU für 2030 erfüllt.**

*Das Abfallgesetz sieht eine Trennungsquote von mindestens 65 % des Gesamtgewichts der Verpackungsabfälle bis zum Ende des Kalenderjahres 2025 und 70 % des Gesamtgewichts der Verpackungsabfälle bis zum Ende des Kalenderjahres 2030 vor.

ZERO WASTE

Náš záväzok pre planétu

Súčasná kvóta triedenia sa v našich predajniach a logistickom centre pohybuje okolo hodnoty 75 %, čím sme už v predstihu splnili cieľ Slovenska a EÚ do roku 2030.

A pokračujeme ďalej!

Naším cieľom je do konca roku 2022 túto **kvótu triedenia zvýšiť na 95 %**.



Rozhodujú
činy.



Roman Briatka
Manager für
Abfallwirtschaft

GRI 103, GRI 306-1, GRI 306-2

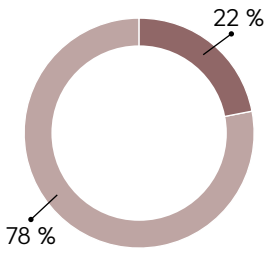
Unsere Hauptziele im Bereich der Abfallwirtschaft sind die Erhöhung der Recyclingquoten und die Verringerung der zu deponierenden Abfallmenge auf die geringstmögliche Menge. Wir überwachen die Ergebnisse monatlich und analysieren die anfallenden Abfallarten im Detail. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Lösungen und innovativen Verfahren, um die Abfallwirtschaft so effizient wie möglich zu gestalten und die Recyclingquoten zu erhöhen. Wir erklären diese Bemühungen auch durch unsere Teilnahme am Pilotprojekt „Zero Waste“, das eine Recyclingquote von 95 % anstrebt. Wir werden versuchen, Abfälle, die nicht verwertet werden können, bis Ende 2022 auf max. 5 % zu beschränken. Dies bedeutet eine Erhöhung der derzeitigen Sortierquote um 17 %.

Wie funktioniert das?

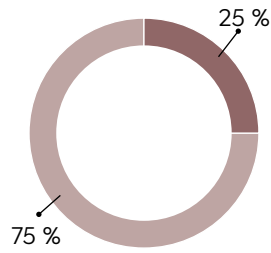
GRI 103 Im Rahmen der Abfallwirtschaft unterliegt unser Unternehmen hauptsächlich dem Gesetz Nr. 79/2015 GBI über Abfälle. Wir arbeiten mit vielen Sammelunternehmen zusammen, die unsere sortierten Abfälle auf der Grundlage eines Vertrags von uns abnehmen und dann gesetzestkonform verarbeiten. Gleichzeitig übermitteln uns diese Unternehmen so genannte Abfallnachweisblätter, in denen die Art des Abfalls, sein Gewicht, der Ort der Verladung und die Art der Behandlung festgehalten werden.

Auf der Grundlage dieser Daten erstellen wir unsere internen Statistiken über die Menge des erzeugten Abfalls. Die finalen Verarbeiter schicken uns sogenannte Gewichtsblätter. Sie dienen uns zur Kontrolle, denn die Angaben über die Abfälle müssen mit den Angaben auf den Abfallblättern übereinstimmen. Für gefährliche Abfälle erhalten wir kein Evidenzblatt, sondern einen so genannten Sondermüll-Begleitschein, der auch Informationen über die Gefahrenklasse des Abfalls enthält.

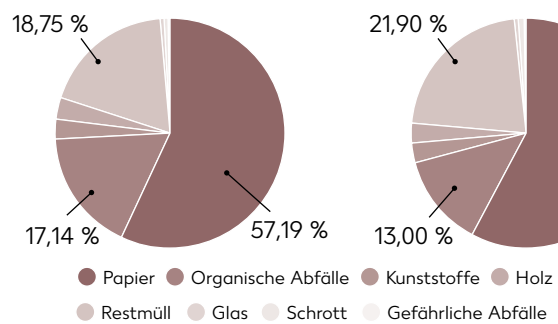
Erzeugter Abfall
Geschäftsjahr 2021



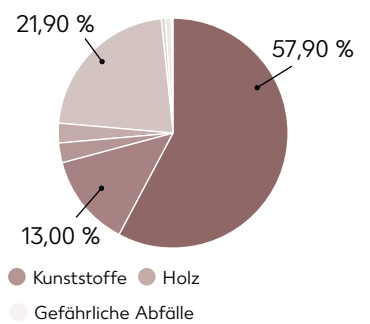
Erzeugter Abfall
Geschäftsjahr 2020



Erzeugter Abfall, nach Art
Geschäftsjahr 2021



Erzeugter Abfall, nach Art
Geschäftsjahr 2020



MENGE DER ERZEUGTEN ABFÄLLE IN TONNEN für die Geschäftsjahre 2020 und 2021

	Erzeugte Abfälle				Zur Verwertung bestimmte Abfälle		Für die GRI-Beseitigung bestimmte Abfälle	
	Geschäftsjahr 2020		Geschäftsjahr 2021		Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Erzeugte Abfälle nach Art (Gesamtwerte)	23.667,1	100,0 %	24.281,1	100,0 %	17.796,0	18.990,8	5.871,2	5.290,3
Papier	13.705,1	57,9 %	13.887,0	57,19 %	13.705,1	13.887,0		
Organische Abfälle	3.083,6	13,0 %	4.162,8	17,14 %	3.083,6	4.162,8		
Kunststoffe	646,8	2,7 %	645,4	2,66 %	646,8	645,4		
Holz	681,5	2,9 %	733,2	3,02 %			681,5	733,2
Restmüll	5181,3	21,9 %	4.553,3	18,75 %			5.181,3	4.553,3
Glas	169,7	0,7 %	142,9	0,59 %	169,7	142,9		
Schrott	190,8	0,8 %	143,7	0,59 %	190,8	143,7		
Gefährliche Abfälle	8,4	0,0 %	9,0	0,04 %			8,4	3,8
			3,8	0,02 %				

ZUR VERWERTUNG BESTIMMTE ABFALLMENGE IN TONNEN für die Geschäftsjahre 2020 und 2021

	Zur Verwertung bestimmte Abfälle	
	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Gesamtmenge der zur Verwertung bestimmten Abfälle	17.796,0	18.990,78
Gefährliche Abfälle	0,00	9,00
Vorbereitung zur Wiederverwendung	-	-
Wertstoffzerlösen	-	9,00
Andere Möglichkeiten der Abfallverwertung	-	-
Sichere Abfälle	17.795,95	18.981,78
Vorbereitung zur Wiederverwendung	-	-
Wertstoffzerlösen	14.712,38	14.818,94
Andere Möglichkeiten der Abfallverwertung	3.083,57	4.162,84

Es gibt keine Verwertung von Abfällen direkt in unseren Vertrieben. Bestimmte Arten von Abfällen bereiten wir jedoch durch Sortieren direkt in unseren Betrieben für die Verwertung vor – Papier, Glas, Metall, Holz, Kunststoffe und Bioabfälle. Wir sortieren auch gefährliche Abfälle, die wir in speziellen Containern lagern und dann zur weiteren Verarbeitung übergeben.

ZUR ENTSORGUNG BESTIMMTE ABFALLMENGE IN TONNEN für die Geschäftsjahre 2020 und 2021

	Zur Beseitigung bestimmte Abfälle	
	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Gesamtmenge der zur Beseitigung bestimmten Abfälle (Summen)	5.871,15	5.290,33
Gefährliche Abfälle (Gesamtwerte)	8,42	3,80
Verbrennung – mit energetischer Verwertung	-	3,80
Verbrennung – ohne energetische Verwertung	-	-
Mülldeponie	-	-
Andere Methoden der Abfallbeseitigung	8,42	-
Sichere Abfälle (zusammengefasste Werte)	5.862,73	5.286,53
Verbrennung – mit energetischer Verwertung	681,48	733,22
Verbrennung – ohne energetische Verwertung	189,90	228,02
Mülldeponie	4.260,73	4.325,28
Andere Methoden der Abfallbeseitigung	730,62	0,01

Es gibt keine Abfallentsorgung direkt in unseren Betrieben.

Verantwortungsvoller Arbeitgeber



Kaufland





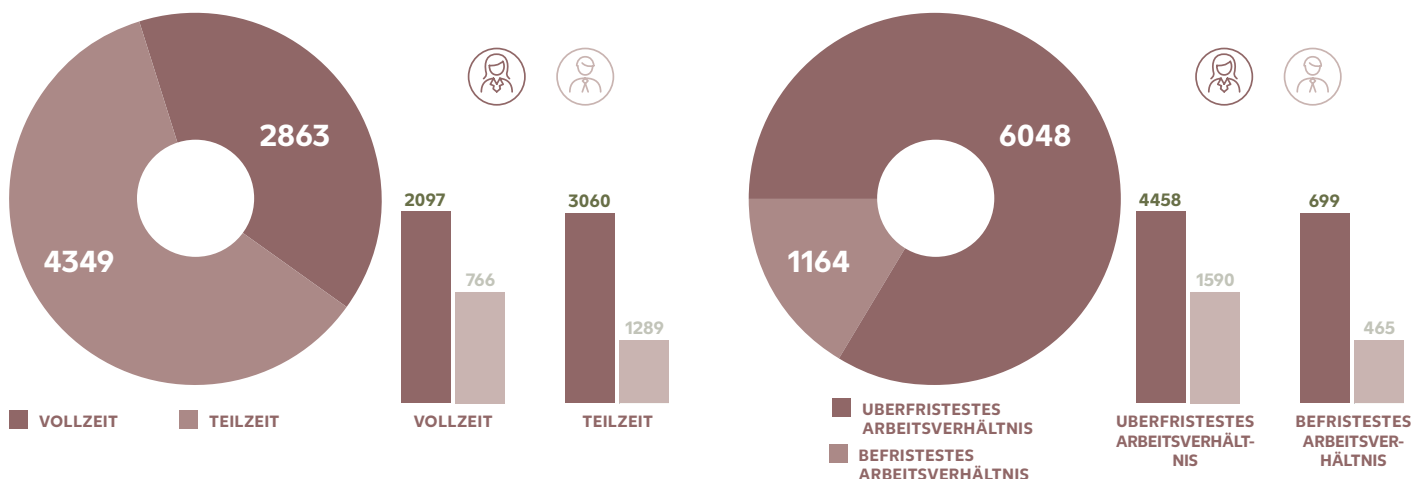
Karin Marková
Direktorin
Personalwesen

GRI 103 "Genauso wie wir uns bemühen, mehr als nur ein gewöhnlicher Lebensmittelhändler zu sein, ist es unser Ziel, uns auch im Bereich der Beschäftigung auszuzeichnen. Wir wollen ein moderner und attraktiver Arbeitgeber sein, der seinen Mitarbeitern Stabilität, eine faire Entlohnung und Sozialleistungen, ein angenehmes Arbeitsklima und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung und Weiterbildung bietet. Dass wir dies seit Jahren tun, bestätigt die Auszeichnung zum TOP EMPLOYER, die wir zum vierten Mal in Folge erhalten haben. In der Slowakei ist der Handelssektor nach der Industrie der zweitgrößte Arbeitgeber, und sein Potenzial wächst weiter. Dank unseres Engagements, unseres starken Willens und unserer Teamarbeit sind wir eines der führenden Unternehmen in der Slowakei. Wir wollen besser werden und bauen deshalb auf Mitarbeiter, die diese Begeisterung teilen. Der Erfolg und das effiziente Funktionieren unseres Unternehmens beruhen auf mehr als 7.000 aktiven Mitarbeitern, die unsere Werte jeden Tag im Logistikzentrum, in den Filialen oder in der Verwaltung repräsentieren. Ihre Meinung und Bedürfnisse sind uns wichtig, deshalb haben wir beschlossen, das Augenmerk in unserem zweiten Nachhaltigkeitsbericht vor allem auf die Themen zu richten, die unsere Mitarbeiter derzeit als am wichtigsten empfinden."

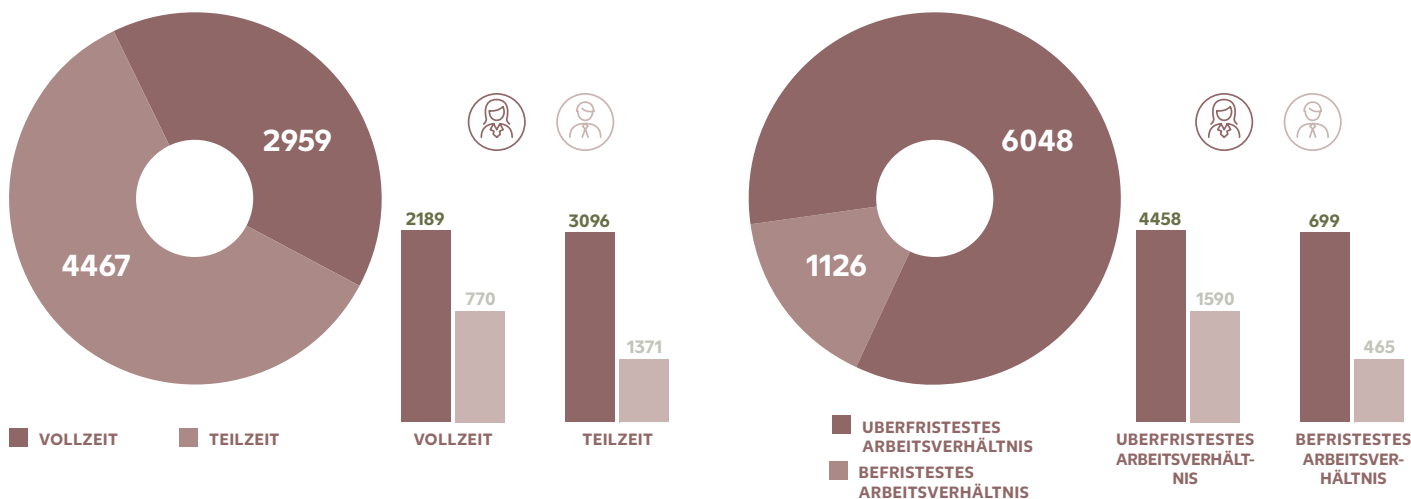
GRI 102-44 Ausgehend von den Ergebnissen einer Umfrage unter unseren Mitarbeitern, die Teil einer internen "Stakeholder"-Analyse war, sollte sich eine Lebensmittelkette wie Kaufland im Bereich der Beschäftigung vor allem auf die Themen Gesundheitsschutz bei der Arbeit, faire Vergütung, Sozialleistungen und Arbeitsumfeld konzentrieren. Das Thema Work-Life-Balance, also das Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben, ist aber auch für die Arbeitnehmer selbst wichtig.

Das Thema Gesundheitsschutz wurde von allen Arten von Mitarbeitern – in der Logistik, in den Filialen und in der Verwaltung – als gleich wichtig empfunden, was für die Zeit der COVID-19-Pandemie wohl natürlich ist. Die Bedeutung einer fairen Vergütung, von Sozialleistungen und einer ausgewogenen Work-Life-Balance wurde von den Mitarbeitern in den Filialen am stärksten wahrgenommen.

GESCHÄFTSJAHR 2020



GESCHÄFTSJAHR 2021



GRI 103 Für die Einhaltung und Befolgung aller geltenden Personalwesen-Rechtsnormen ist die Personalabteilung zuständig, zusammen mit der Revisionsabteilung, die sich vor allem mit der Arbeitssicherheit befasst. Alle relevanten

Regeln und Prozesse sind in internen Richtlinien, die den Mitarbeitern in der Personalabteilung zur Verfügung stehen, und in unserem internen Prozessmanagement-Tool – ARIS – aufgeführt.

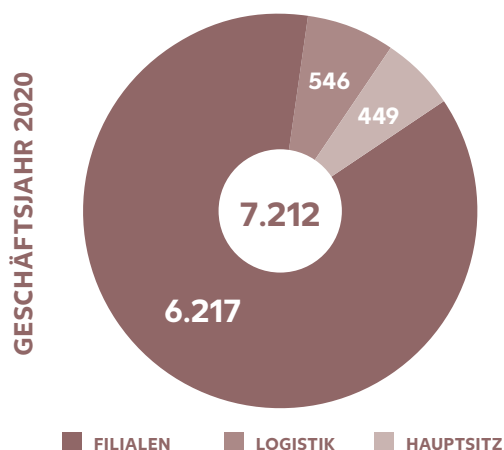
Informationen über Mitarbeiter in den Geschäftsjahren 2020 und 2021*

GRI 102-8

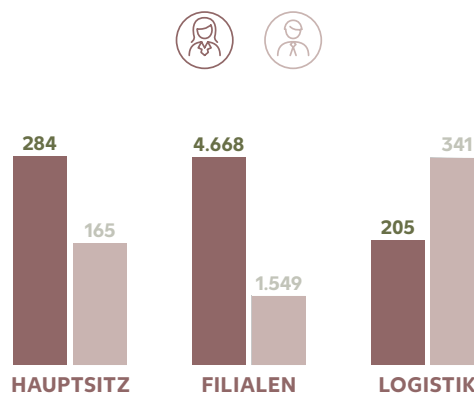
ANZAHL DER MITARBEITER

GESCHÄFTSJAHR 2019	GESCHÄFTSJAHR 2020	GESCHÄFTSJAHR 2021
7.205 Mitarbeiter	7.212 Mitarbeiter	7.426 Mitarbeiter

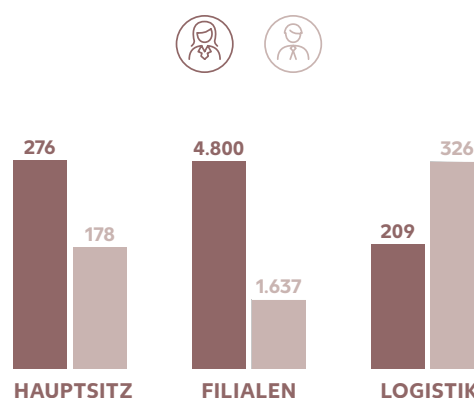
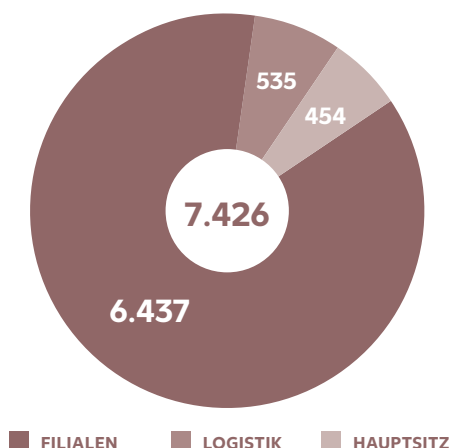
GESAMTZAHL DER MITARBEITER



VERHÄLTNIS ZWISCHEN MÄNNERN UND FRAUEN



GESCHÄFTSJAHR 2021





Gemeinsam bilden wir ein Team

Obwohl die finanzielle Vergütung und die Sozialleistungen für viele Bewerber bei der Stellensuche höchste Priorität haben, sind ein angenehmes Arbeitsumfeld, die Beziehungen zu den Kollegen, eine offene Kommunikation und die Möglichkeit, Beruf und Privatleben miteinander zu vereinbaren, für viele ebenfalls wichtig.

Dies beweisen auch die Ergebnisse des 10. Jahrgangs der Umfrage **Top-Arbeitgeber des Jahres 2021**, durchgeführt von Profesia. In der Zeit vor der Pandemie waren die Qualität der Dienstleistungen, eine starke und bekannte Unternehmensmarke und ein angenehmes

Arbeitsumfeld entscheidende Faktoren. In den letzten zwei Jahren haben die Menschen jedoch andere Werte bevorzugt – **Kollektiv und Menschen, Ruf des Unternehmens und Arbeitsplatzsicherheit, langfristige Unternehmenstradition.**

"Das Jahr 2021 hat den Arbeitsmarkt noch einmal deutlich verändert. Die Bewerber sind nicht mehr nur an der Position und dem Gehalt interessiert. Die Umfrage bestätigt, dass die Bewerber wissen wollen, welche Art von Menschen in einem bestimmten Unternehmen arbeiten oder beispielsweise welche Themen der Arbeitgeber im Bereich der sozialen Verantwortung behandelt."

Ivana Molnárová
CEO, Profesia, s.r.o.

Mitarbeiterzufriedenheit und Fluktuation

Die Fluktuation ist einer der Indikatoren, die wir sehr genau beobachten, und wir analysieren die Gründe für das Ausscheiden unserer Mitarbeiter.

GRI 401-1 Neueinstellungen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021

	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Gesamtzahl der eingestellten Mitarbeiter	2.648	4.048
% der Gesamtanzahl der Mitarbeiter	36,7 %	54,5 %
Nach Geschlecht		
davon Frauen	61,1 %	62,6 %
davon Männer	38,9 %	37,4 %
Nach Alter		
< 30 Jahre	78,2 %	75,9 %
>= 30 < 50 Jahre	18,4 %	20,05 %
>= 50 Jahre	3,5 %	3,6 %

GRI 401-1 Mitarbeiterfluktuation in den Geschäftsjahren 2020 und 2021

	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Gesamtzahl der Entlassungen	1.535	1.919
Fluktuation insgesamt	25,4 %	30,8 %
Nach Geschlecht		
davon Frauen	22,1 %	27,1 %
davon Männer	34,6 %	41,1 %
Nach Alter		
< 30 Jahre	26,0 %	36,2 %
>= 30 < 50 Jahre	17,8 %	22,3 %
>= 50 Jahre	18,4 %	22,8 %

Im Geschäftsjahr 2021 stieg die Fluktuation im Vergleich zum Geschäftsjahr 2020 um 5,4 %. Der Hauptgrund für diesen Anstieg war die schwierige und unbeständige Situation im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie und den laufenden Maßnahmen. Viele unserer Mitarbeiter waren in dieser Zeit zur Pflege eines Angehörigen freigestellt, standen unter Quarantäne oder waren krankgeschrieben und die fehlenden Stunden mussten für eine bestimmte Zeit durch Aushilfspersonal oder mit befristeten Arbeitsverträgen abgedeckt werden.

Kommunikation

Die Mitarbeiter unseres Unternehmens arbeiteten im Geschäftsjahr 2021 an 74 Standorten in der Slowakei (72 Filialen, 1 Logistikzentrum, 1 Verwaltungssitz). Daher ist es wichtig, dass wir in der Lage sind, allen Mitarbeitern wichtige Informationen über die tägliche Arbeit, neue Projekte, Möglichkeiten zur Teilnahme an Freiwilligenaktionen oder andere wichtige Informationen effizient und rechtzeitig zukommen zu lassen.

Für die Kommunikation mit den Mitarbeitern nutzen wir in erster Linie Online-Kanäle – das firmeneigene Intranet Connect, das über die Kaufland Connect App auch auf den privaten Endgeräten der Mitarbeiter verfügbar ist und die aktive Kommunikation und Beteiligung der Mitarbeiter an veröffentlichten Themen oder den Austausch per Chat, mittels täglich/wöchentlich erscheinender Newsletter sowie über diverse Aushänge und Plakate in den Aufenthaltsräumen ermöglicht. Wichtige Themen vermitteln wir unseren Mitarbeitern auch über unsere Vertrauensleute.

Rozhovory, ktoré inšpirujú

K-Talks ist ein Projekt einiger leidenschaftlicher Kollegen, die einen Treffpunkt für diejenigen schaffen wollten, die daran interessiert sind, über verschiedene Themen zu sprechen oder zuzuhören.

"Wir haben das Projekt im November 2021 gestartet, als wir vier Tage lang Online-Diskussionen mit Experten zu den Themen Digitalisierung, psychische Gesundheit, Vielfalt und Inklusion sowie zu Aktivitäten, die zu sozialer Verantwortung von Einzelpersonen und Freiwilligenarbeit geführt haben." Mária Bučinská, Abteilung für Mitarbeiterbeziehungen

Nach dem positiven Feedback der Mitarbeiter werden die K-Talks auch in diesem Jahr fortgesetzt. Wir haben das Konzept geändert und organisieren statt einer ganztägigen Veranstaltung 1 - 2 Mal im Monat 1,5 - 2-stündige Vorträge zu vorher angekündigten Themen. Die Teilnahme ist freiwillig. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Gespräche, Vorträge oder moderierte Diskussionen mit externen oder internen Experten zu ausgewählten Themen. K-Talks sind Gespräche, die sowohl inspirieren als auch den Horizont erweitern und somit Bildungscharakter haben. Aufgrund der technischen Möglichkeiten hat man dieses Konzept bisher nur den Mitarbeitern der Zentrale angeboten. Wir verbessern das Konzept jedoch kontinuierlich und unser Ziel ist es, die Audioaufnahmen als Podcast auch für die Mitarbeiter der Filialen und des Logistikzentrums über eine Mitarbeiter-App zur Verfügung zu stellen. Wir sind dabei, die Online-Form nach und nach durch eine hybride Form zu ersetzen, wann immer dies möglich ist.

INTERESSANTE FAKTEN über K-Talks

Aktuelle Themen für K-Talks: Arbeit und Zukunft, psychische Gesundheit, Vielfalt und Inklusion, soziale Verantwortung, Freiwilligenarbeit, Autismus und autistische Menschen bei uns in Kaufland, Internetsicherheit, Umgang mit Krisensituationen.
Durchschnittliche Teilnehmerzahl: **50 +**
Und so hat es ihnen gefallen:

Tolle Veranstaltung, wir sollten sie öfter und in größerem Umfang abhalten :)

Ein sehr unterhaltsames Spiel. Ich habe neue Kollegen kennengelernt.

Ausgezeichnete Redner, tolle Aktivitäten. Vielen Dank :)

Sehr aufschlussreich, ich würde gerne noch viel mehr erfahren.

Kaufland Connect – Intranet und unsere App

Bei einem Handelsunternehmen wie Kaufland hat die Kommunikation in Richtung der Mitarbeiter und unter ihnen ihre Besonderheiten: Die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter aus Vertrieb und Logistik ist nicht über das Intranet des Unternehmens zu erreichen, also die optimale Lösung ist eine mobile Mitarbeiter-App. Die App, wurde Anfang 2021 eingeführt. Nach 16 Monaten wird sie von mehr als 5.000 Mitarbeitern genutzt (etwa 65 % aller Mitarbeiter). Zusätzlich zu den Unternehmensneuigkeiten, die von den Mitarbeitern kommentiert werden können, gibt es in der App auch einen

Sozial- und Entspannungsbereiche

Es ist uns wichtig, Räume zu schaffen, in denen sich die Mitarbeiter entspannen und eine Pause von der Arbeit einlegen können, in denen sie sich wohl fühlen und alles finden, was sie brauchen. In jeder Filiale gibt es zu diesem Zweck einen Gemeinschaftsraum, der neben einem Entspannungsbereich auch eine voll ausgestattete Küchenzeile enthält. Neben

Pinnwände – Plakate

Wir unterstützen die Online-Kommunikation auch auf herkömmliche Weise, indem wir Informationen an Pinnwänden in den Gemeinschaftsräumen aushängen. So werden die

Vertrauensleute

Ziel der Arbeit der Vertrauensleute ist es, die Einhaltung von Unternehmenswerten und Führungsprinzipien zu fördern, das Betriebsklima zu überwachen, die Mitarbeiterzufriedenheit und -Motivation zu steigern sowie auf mögliche Konflikte und Probleme hinzuweisen und Lösungen zu finden. Die Vertrauensperson ist ein neutraler Ansprechpartner bei Fragen, die die Mitarbeiter nicht auf dem normalen offiziellen Weg oder auf andere Weise zu lösen in der Lage sind. Die Mitarbeiter können sich an eine unserer vier Vertrauenspersonen wenden, die landesweit tätig sind, egal ob sie in einer Filiale, im Logistikzentrum oder der Zentrale arbeiten.

Die Position der Vertrauensperson ist auch dann wichtig, wenn ein Arbeitnehmer niemanden hat, an den er sich wenden kann und Rat und Unterstützung braucht – und zwar nicht nur in beruflichen Angelegenheiten, sondern auch in schwierigen Lebenssituationen. Eine solche Hilfe von Unternehmen für Kollegen in schwierigen Situationen ist immer noch nicht selbstverständlich. Wir bilden unsere Vertrauensleute systematisch aus und bereiten sie darauf vor, diese anspruchsvolle Aufgabe zu bewältigen, sei es durch jährliche Schulungen oder durch Supervision in Bezug auf die Arbeitsmethodik und den Einsatz geeigneter Instrumente, respektvolles Feedback und Kommunikation in Krisen- und Konfliktsituationen.

"Wir sind keine Psychologen, haben aber diverse Kontakte zu Organisationen, die helfen können." **Treuhänder Andrej**

Kommunität-Bereich, in dem jeder Mitarbeiter Vorschläge oder Erkenntnisse posten oder mit gemeinsamen Erfahrungen oder Erfolgen prahlen kann. Dieser Bereich erhält durchschnittlich 40 Beiträge pro Monat. Die Mitarbeiter-App Kaufland Connect hat sich als Plattform bewährt, die Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens miteinander verbindet und ihnen einen lebendigen Austausch ermöglicht. Besonders beliebt bei den Mitarbeitern sind Gewinnspiele, Beiträge über bestimmte Kollegen und Informationen über Mitarbeiterprogramme und Sozialleistungen.

der Betriebskantine verfügt die Logistik auch über einen Gemeinschaftsraum mit Tischfußball für aktive Pausen. Am Hauptsitz stehen den Mitarbeitern neben den Küchen verschiedene Kommunikations- und Entspannungsbereiche in allen Gebäudeteilen zur Verfügung, außerdem ein Fitnesscenter, eine Tischtennisplatte und eine Außenterrasse.

Mitarbeiter über laufende und geplante Veranstaltungen, die wir für sie organisieren, informiert.

"Den Kollegen zu helfen, ihnen Informationen zu geben oder ihnen durch Gespräche den Tag zu verschönern, ist das, was meiner Arbeit Sinn verleiht." **Vertrauensfrau Miška**

Im Geschäftsjahr 2021 fanden unglaubliche 6.654 Gespräche zwischen Vertrauensleuten und Mitarbeitern statt. Am häufigsten wurden die Themen Arbeitsbedingungen und Stress, Führung und klare Kommunikation sowie Arbeitsbedingungen (einschließlich Entlohnung) genannt. In allen drei Fällen überwiegen positive Impulse, im letzten Fall sogar deutlich. Viele Kollegen loben das Arbeitsklima, das tolle Team und die Arbeitsplatzsicherheit.

Situationen, in denen Vertrauensleute geholfen haben:

- Unterstützung von Mitarbeitern in Extremsituationen (Tod)
- Unterstützung für Mitarbeiter in schwierigen Lebenssituationen (familiäre, gesundheitliche und finanzielle Probleme)
- Unterstützung der Kommunikation während einer Pandemie
- Kommunikation und Koordinierung der Umsetzung von Vorschlägen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter
- Vermittlung in Konfliktsituationen
- Überwachung des Arbeitsklimas und Übermittlung von Empfehlungen und notwendigen Maßnahmen

Feedback

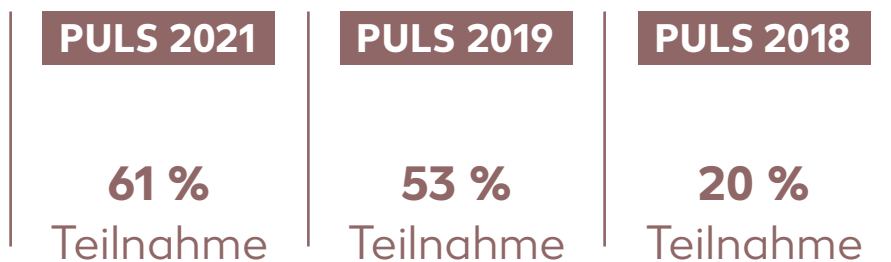
Im Jahr 2021 haben wir bereits zum dritten Mal die Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage – PULS – durchgeführt.



Uns interessiert die Meinung unserer Mitarbeiter und ihre Zufriedenheit insbesondere in folgenden Bereichen: Kommunikation, Team, Führung, Gesamtzufriedenheit und Empfehlung von Kaufland als Arbeitgeber an andere Bewerber. Anhand der Ergebnisse konnten wir uns ein besseres Bild von den Ansichten und der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter in den einzelnen Bereichen machen. Wir sehen

es auch als positiv an, dass die Beteiligung an dieser Umfrage von Jahr zu Jahr zunimmt und wir konkrete Rückmeldungen von unseren Mitarbeitern erhalten, die wir nutzen können, um uns weiterzuentwickeln und zu verbessern. Nach den Ergebnissen dieser Mitarbeiterbefragung schlagen die einzelnen Abteilungen oder Filialen konkrete Verbesserungsmaßnahmen in Bereichen vor, wo diese notwendig sind.

Unsere Mitarbeiter nehmen wahr, dass ihre Meinung wichtig ist, und nach Abgabe ihres Feedbacks sehen sie unser aufrichtiges Interesse, ihnen entgegenzukommen.



Die Mitarbeiter loben die Teamarbeit und die offene und vertrauensvolle Kommunikation. Sie schätzen auch die Zusammenarbeit mit ihrem direkten Vorgesetzten. Im Vergleich zu 2020 ist die Zufriedenheit mit der Kommunikation jedoch leicht gesunken. Insbesondere die Mitarbeiter in den Filialen hatten das Gefühl, dass einige wichtige Informationen sie nicht erreichen und dass einige Informationen, die ihre Arbeit betreffen, nicht rechtzeitig ankommen. Sie interessieren sich für das Geschehen bei Kaufland, wollen mehr über die strategische Ausrichtung des Unternehmens erfahren und sind gerne bereit, sich an der Suche nach Lösungen und Innovationen zu beteiligen. Gemeinsam mit unseren Filialleitern und Bereichsleitern haben wir Lösungen entwickelt, um dieser Anforderung gerecht zu werden.

Talentmanagement

Eine offene Kommunikation auf allen Ebenen des Unternehmens und eine kontinuierliche, zielgerichtete Entwicklung aller Mitarbeiter sind für uns sehr wichtig und selbstverständlich.

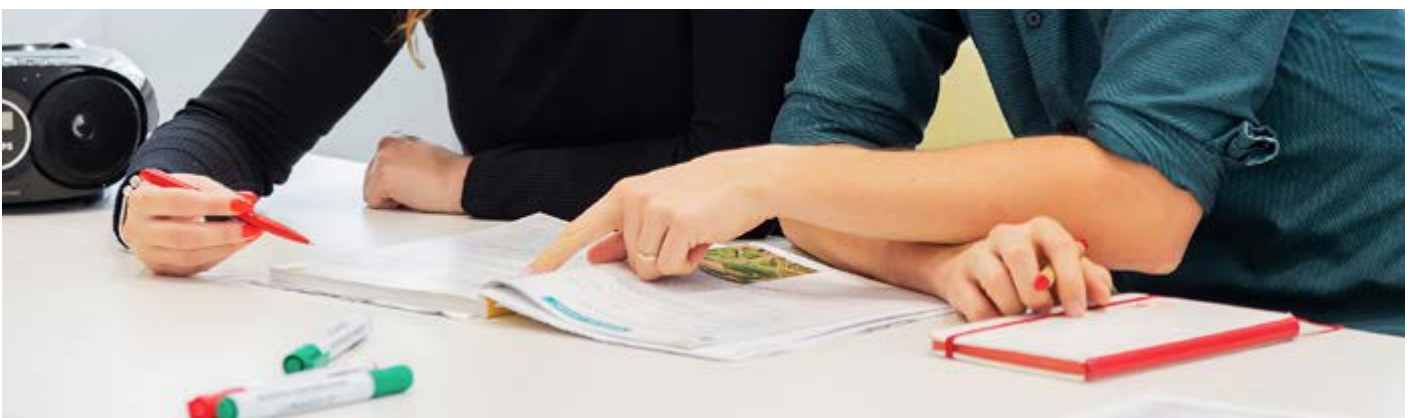
Der Talentmanagementprozess bringt alles zusammen – einerseits bietet er dem Mitarbeiter die Möglichkeit zur Selbstreflexion und zum direkten Feedback gegenüber seinem Vorgesetzten, und andererseits gibt der Vorgesetzte dem Mitarbeiter ein Feedback, indem er seine Kompetenzen und seine Gesamtleistung bewertet. Andererseits hilft uns der Talentmanagement-Prozess, das Potenzial unserer Mitarbeiter zu erkennen und in die richtige Richtung zu entwickeln. Als direktes

Ergebnis des Talentmanagement-Prozesses wird eine gemeinsame Vereinbarung über individuelle Entwicklungsziele für den nächsten Zeitraum getroffen. Bewertung und Feedback in unserem Unternehmen erfolgen in verschiedener Form, damit die betreffende Zielgruppe möglichst einfach darauf zugreifen kann. Die Mitarbeiter des Vertriebs und des Logistikzentrums erhalten ihre Bewertungen in Papierform. Die Bewertung der anderen Mitarbeiter erfolgt über das Talentmanagement-Tool.

GRI 404-3 *In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 erhielten 100 % unserer Mitarbeiter ein Feedback über unser Online-Talentmanagement-System.*

GRI 404-3 **Prozentsatz der Mitarbeiter, die in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 über unser Online-Talentmanagementsystem Feedback erhalten haben.**

	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Gesamtzahl der Mitarbeiter	7.212	7.426
Anzahl der Mitarbeiter, die ein Feedback erhalten haben	680	750
Nach Geschlecht		
davon Frauen	380	412
davon Männer	300	338



Faire Vergütung

Das Thema Vergütung ist für uns sehr wichtig. Eine motivierende Vergütung gilt als Voraussetzung für eine erfolgreiche Beziehung zu unseren Mitarbeitern und ist für uns auch Ausdruck der Anerkennung und Wertschätzung ihrer Arbeit und Ergebnisse. Wir sind der Meinung, dass eine motivierende Vergütung einer der wichtigsten Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit ist. Gleiche Vergütung für Männer und Frauen ist bei Kaufland eine Selbstverständlichkeit. Unser Entgeltsystem gewährleistet gleiche Vergütung für Männer und Frauen auf allen Ebenen und allen Positionen. Wir bieten unseren Mitarbeitern nicht nur ein attraktives Gehalt, sondern auch eine breite Palette finanzieller und nicht finanzieller Leistungen in Bereichen wie Gesundheitsfürsorge, Freizeit, Reisen und Tourismus, Rabatte bei Partnerunternehmen und vieles mehr.

Bezahlt für jede gearbeitete Minute

Die Arbeitszeit der Mitarbeiter wird über ein elektronisches Anwesenheitssystem erfasst, das einen Ausgleich für jede zusätzliche Arbeitsminute garantiert. Die Mitarbeiter können einen Freizeitausgleich nehmen oder sich Überstunden vergüten lassen.

Im Bereich des Personalwesens ist die Personalabteilung für die Einrichtung eines wirksamen Vergütungssystems zuständig. Wir haben ein Gehaltsstufensystem eingeführt, was bedeutet, dass unseren Mitarbeitern eine vertragliche Gehaltserhöhung über einen Zeitraum von drei Jahren garantiert wird. Die Gehaltsprogression wird im Arbeitsvertrag festgelegt. Trotzdem erstellen wir jährlich eine Vergütungsanalyse und einen Vorschlag für Lohnerhöhungen, der von der Unternehmensleitung genehmigt wird. Die Unternehmensleitung genehmigt auch den Personalplan und das Personalbudget für die einzelnen Bereiche. Unser Ziel ist es, einer der TOP-Arbeitgeber im Bereich der Vergütung zu sein, deshalb liegen die Löhne in unserem Unternehmen seit langem über dem Marktdurchschnitt.

Wie wir das Vergütungssystem einrichten:

1. Analyse der Arbeitsmarktsituation und Analyse der Wirtschaftsindikatoren
2. Beobachtung der Vergütung auf dem Arbeitsmarkt und Vergleich der festgestellten Werte mit unseren Löhnen
3. Ausarbeitung eines Vorschlags für die Gehaltsstufen für jede Position und Vorlage des Vorschlags bei der Unternehmensleitung
4. Die Unternehmensleitung genehmigt den Personalplan und das Personalbudget für jeden einzelnen Bereich.

Wir bewerten die Gehälter unserer Mitarbeiter regelmäßig neu. Ebenfalls im Geschäftsjahr 2021 haben wir die Gehälter unserer betrieblichen Mitarbeiter in den Filialen und in der Logistik erhöht.

Die Einstiegsgehälter der Mitarbeiter in den Filialen stiegen im Durchschnitt um 70 EUR, was einem Plus von 7,7 % entspricht. Die Einstiegsgehälter für operative Positionen in der Logistik stiegen im Durchschnitt um 60 EUR oder 6,6 %. Die Funktionslöhne stiegen im Durchschnitt um 4,5 %.

GRI 202-1 Das durchschnittliche Einstiegsgehalt für die Stelle eines Vertriebsmitarbeiters/-mitarbeiterin liegt 40,48 % über dem gesetzlichen Mindestlohn in der Slowakei für den Zeitraum des Geschäftsjahres 2021.*

*Da wir Männern und Frauen gleiche Vergütung garantieren, ist es nicht relevant, das Einstiegsgehalt nach Geschlecht anzugeben

	Durchschnittliches Einstiegsgehalt für die Position Vertriebsmitarbeiter in der Filiale (in €)	Mindestlohn in SK* (in €)	Verhältnis in %
Geschäftsjahr 2020	837,5	623	34,43 %
Geschäftsjahr 2021	907,5	646	40,48 %

*Die Höhe des Mindestlohns für das Geschäftsjahr 2020 gilt ab dem 1. Januar 2021 und für das Geschäftsjahr 2021 ab dem 1. Januar 2022

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 zahlten wir unseren Filialmitarbeitern und jedem Mitarbeiter des Logistikzentrums vom operativen und produktiven Vertrieb bis zur Schichtleiterposition (einschließlich) eine Sonderprämie in Höhe von insgesamt 1.414.793,39 €, was in jedem

Geschäftsjahr 150 € netto pro Mitarbeiter (berechnet als Aliquot des Vollzeitäquivalents) entspricht. Die Sonderprämie war Ausdruck des Dankes für das hohe Arbeitsengagement und die Loyalität während der angespannten Pandemiezeit.



A close-up photograph of a person's hands holding a light blue rectangular gift box. The box is wrapped in a white ribbon with a thin orange border, tied into a large, elegant bow. The person holding the box has long, straight brown hair and is wearing a light-colored, possibly white, long-sleeved top. The background is a dark, out-of-focus grey.

Sozialleistungen

GRI 103 *Zufriedene Mitarbeiter sind der Grundstein eines jeden Unternehmens. Unsere Priorität ist es, unseren Mitarbeitern interessante Sozialleistungen zu bieten und dabei ihre Bedürfnisse und Interessen so weit wie möglich zu berücksichtigen. Außerdem überprüfen und verbessern wir anhand erhaltener Rückmeldungen regelmäßig die von uns gebotenen Sozialleistungen.*

Die Abteilung für Mitarbeiterbeziehungen ist zuständig für betriebliche Sozialleistungen, die Organisation von Veranstaltungen für Mitarbeiter und die interne Kommunikation zu Personalthemen. Ein fester Bestandteil der Mitarbeiterbeziehungen sind auch unsere Vertrauensleute, die die Mitarbeiter bei der Schaffung einer positiven Atmosphäre unterstützen, sich für die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit einsetzen und dafür sorgen, dass die Unternehmenswerte und Führungsprinzipien eingehalten werden.

Sozialleistungen für Mitarbeiter in Hauptarbeitsverhältnis*:

*Mitarbeiter im Hauptarbeitsverhältnis haben unabhängig davon, ob sie Vollzeit oder Teilzeit arbeiten, Anspruch auf die gleichen Sozialleistungen. Wir bieten einer bestimmten Gruppe von Mitarbeitern eine Unfall-, Todesfall- und Haftpflichtversicherung. Insgesamt sind im Geschäftsjahr 2020 605 Mitarbeiter und im Geschäftsjahr 2021 615 Mitarbeiter gruppenversicherungsfähig. Standardmäßig bieten wir Altersvorsorge gemäß Gesetz nur für Mitarbeiter der Risikogruppe 3.



Beiträge zu verschiedenen Anlässen im Leben, z. B. zu einer Hochzeit oder zur Geburt eines Kindes



Jubiläumszuwendungen



Belohnungen für regelmäßige Blutspender



Unterstützung der Familie beim Tod eines Mitarbeiters



Weihnachtspakete



Geschenkgutscheine



Vergütung für die Vermittlung eines Bewerbers



Rabatte für Mitarbeiter



Treueurlaub über den im Arbeitsgesetzbuch definierten Rahmen hinaus



Sabbatjahr



Multisport-Karte



Obsttage



Vitaminpakete



Paket für schulpflichtige Kinder



Kindertag-Paket für Kinder von Mitarbeitern



Sommerferienlager für Kinder von Mitarbeitern



Gemeinsame Veranstaltungen



Teilnahme an Sportveranstaltungen

Broschüre für Eltern

Jede werdende Mutter erhält bei Mitteilung ihrer Schwangerschaft eine Broschüre, die ihr hilft, sich im Gewirr von Behördengängen, Rechten und Ansprüchen zurechtzufinden. Ihr Vorgesetzter wiederum erhält detaillierte Anweisungen darüber, welche Bedingungen für die Arbeitnehmerin geschaffen werden müssen, sowie Informationen über besondere Behandlung, Betreuung und erweiterten Rechtsschutz.



Broschüren zur Unterstützung der Erhöhung der Finanzkompetenz

Viele Generationen in der Vergangenheit haben im Rahmen des normalen Lehrplans keinen Unterricht in Finanzkompetenz erhalten. Und doch ist sie eine der wichtigsten Lebenskompetenzen überhaupt. Gerade aus diesem Grund hat die Personalabteilung in Zusammenarbeit mit der Abteilung Rechnungswesen zwei Broschüren zu diesem wichtigen Thema erstellt. Die Broschüren stehen den Mitarbeitern online im Intranet zur Verfügung, und die gedruckten Broschüren liegen auch in den Filialen und im Logistikzentrum aus.



„Work-Life-Balance“

Wir stellen unseren Mitarbeitern verschiedene Tools zur Verfügung, um eine optimale „Work-Life-Balance“ zu erreichen. Ihre körperliche und geistige Gesundheit ist eine Voraussetzung für ein glückliches und gesundes Leben. Wir sind uns bewusst, dass ausreichende Ruhezeiten eine Voraussetzung für ein gutes Funktionieren in der Familie und im Beruf sind. Gerade in Zeiten, in denen uns Jahr für Jahr in allen Bereichen immer mehr abverlangt wird, ist es oft schwierig, das richtige Gleichgewicht zwischen Arbeit und Freizeit zu finden.

GRI 103

Im Rahmen unserer „Work-Life-Balance“ unterstützen wir flexibles Arbeiten, Teilzeitarbeit und Arbeit von zu Hause aus. Wir vertrauen darauf, dass unsere Mitarbeiter in der Lage sind, ihre Arbeitsaufgaben so zu priorisieren, dass sie alle Aufgaben gut und pünktlich

zum vereinbarten Termin erledigen können, aber auch noch Raum für Freizeitaktivitäten haben. Eltern, die aus dem Mutterschaft oder Elternzeit zurückkehren, machen anfangs gerne von der Möglichkeit der Teilzeitarbeit Gebrauch.

Flexible Arbeitszeiten

Die Mitarbeiter der Zentrale und der Verwaltung im Logistikzentrum haben flexible Arbeitszeiten. **Im Geschäftsjahr 2020 betrug die Gesamtzahl der Mitarbeiter 528, was 7 % der Gesamtzahl der Mitarbeiter entspricht, und im Geschäftsjahr 2021 betrug die Gesamtzahl der Mitarbeiter 532, was ebenfalls 7 % der Gesamtzahl der Mitarbeiter entspricht.**

"Das ist ein großer Vorteil für mich, weil ich so mein Privatleben, meine Arbeit und mein Studium unter einen Hut bringen kann." Renáta Košút Filačová, Leiterin der Verwaltung des Logistikzentrums in Ilava

Teilzeit

In vielen Positionen ist es möglich, die Arbeitszeiten anzupassen, um sich der Familie oder Lieblingsaktivitäten zu widmen. Dazu trägt auch die durchdachte Planung von Veränderungen in den Filialen und der Logistik bei.

"Teilzeit ist für mich eine wunderbare Lösung. Ich habe keine Familie, aber dafür viele Hobbys. Auf diese Weise kann ich meine Energie für andere Dinge aufsparen. Mário König, Personalwesen

Unterstützung für Eltern, die aus dem Mutterschaft oder Elternzeit zurückkehren

Es ist nie einfach, Arbeit und Kinderbetreuung zu vereinbaren. In unserem Unternehmen haben sowohl Mitarbeiter als auch Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, nach der Rückkehr aus dem Mutterschaft oder Elternzeit eine Anpassungsphase in Anspruch zu nehmen, in der sie für einen vereinbarten Zeitraum in Teilzeit arbeiten können.

"Mein Vorgesetzter bot mir die Möglichkeit eines Anpassungszeitraums an und kam mir auch bei der Anpassung meiner Arbeitszeiten entgegen, damit mein Mann und ich uns um unseren Sohn kümmern konnten." M. Červenková, Filialleiterin

"Nach meiner Elternzeit hatte ich die Möglichkeit, für 12 Monate eine 60 %-Teilzeitstelle anzunehmen. Ich arbeitete drei volle Tage in der Woche und konnte mich an den anderen beiden Tagen intensiver meiner dreijährigen Tochter widmen. Ich bin immer noch sehr dankbar für diese Möglichkeit. Silvia Hrušovská, Leiterin der Abteilung Privatmarken

"Ich bin sehr dankbar für diese Chance, denn ich habe es wirklich geschafft, die Betreuung von zwei kleinen Kindern (beide chronisch krank) und die Arbeit miteinander zu verbinden, was gut für mich war, weil ich den Kontakt zur Außenwelt nicht völlig verloren habe." Zuzana Papajová, Fachassistentin, Kundenmanagement

Elternzeit beanspruchen:

GRI 401-3		Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
	Anzahl der Mitarbeiter, die Elternzeit beansprucht haben	559	578
	davon Frauen	557	575
	davon Männer	2	3
	Anzahl der Mitarbeiter, die im Wirtschaftsjahr nach der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt sind	161	192
	davon Frauen	161	192
	davon Männer	0	0
	Zahl der Arbeitnehmer, die nach der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt und mindestens 12 Monate geblieben sind	137	78
	davon Frauen	137	78
	davon Männer	0	0
	Rückkehrquote nach der Elternzeit	90,1 %	88,5 %
	davon Frauen	90,1 %	88,5 %
	davon Männer	-	-
	Weiterbeschäftigungsquote nach der Elternzeit	98 %	48,5 %
	davon Frauen	137	78
	davon Männer	3	-

*Es sind die Teilzeitarbeit und die flexiblen Arbeitszeiten in der Verwaltung, die es ermöglichen, Beruf und Familie so zu gestalten, wie es dem Mitarbeiter passt. **In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 nutzten fast 40 % der Festangestellten die Teilzeitarbeit.** Die Möglichkeit, im Rahmen von Verwaltungstätigkeiten von zu Hause aus zu arbeiten, ist eine Selbstverständlichkeit.*

Arbeit von zu Hause aus

In der Zeit vor der Pandemie hatte jeder Mitarbeiter die Möglichkeit, einmal in vierzehn Tagen von zu Hause aus zu arbeiten, sofern die Art der Arbeit dies zuließ. Während der Pandemie schränkte der Arbeitgeber die Arbeit im Büro stark ein, um die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen und die Ausbreitung von Infektionen zu verhindern, und

gab der Arbeit von zu Hause aus den Vorzug. Die Mitarbeiter konnten bis zu 100 % ihrer Arbeitszeit von zu Hause aus arbeiten. Diesen Ansatz haben wir auch in der Zeit nach der Pandemie beibehalten. Wir kommen sowohl denjenigen entgegen, die lieber von zu Hause aus arbeiten, als auch denjenigen, die zu diesem Zweck lieber ins Büro kommen.

Sabbatical – unbezahlter Urlaub

Voraussetzung für einen Sabbatical-Urlaub von bis zu 3 Monaten sind mindestens fünf Dienstjahre in unserem Unternehmen. Der Mitarbeiter kann diese Zeit für verschiedene Zwecke nutzen – fürs Reisen, die persönliche Weiterentwicklung oder um Zeit mit Familie oder Freunden zu verbringen.

Nach Beendigung des Sabbaticals kehrt er an seinen Arbeitsplatz zurück und übt seine Tätigkeit weiter aus. **Im Geschäftsjahr 2020 nahmen 40 Mitarbeiter Sabbatical oder unbezahlten Urlaub und im Geschäftsjahr 2021 nahmen 13 Mitarbeiter Sabbatical oder unbezahlten Urlaub.**

Unsere Mitarbeiter nutzen die flexiblen Arbeitsregelungen und Erholungsmöglichkeiten über den Urlaubsanspruch hinaus:

	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Flexible Arbeitszeiten	512 (7 %)	528 (7 %)	532 (7 %)
Teilzeit	2.713 (37,7 %)	2.863 (39,7 %)	2.959 (39,8 %)
Arbeit von zu Hause aus	113	531	525
Sabbatical	5	4	3
Unbezahlter Urlaub	14	36	10

SOZIALLEISTUNGEN, die die Work-Life-Balance unterstützen

Kinderferienlager

Organisation von Kaufland-Kinderferienlagern mit einem großzügigen Beitrag für Mitarbeiterkinder in Höhe von 85 % des Preises für einen einwöchigen Aufenthalt. In den letzten 3 Jahren haben wir 375 Kindern einen Aufenthalt im Ferienlager ermöglicht.

Elternzimmer

Die Mitarbeiter der Zentrale können das sog. Elternzimmer nutzen, in dem ihr Kind spielen und sich entspannen kann, während sie arbeiten. Der Raum wird vor allem in den Schulferien genutzt, wenn die Schulen oder Kindergärten geschlossen sind. In jüngster Zeit wurde dieser Raum überbeansprucht, insbesondere aufgrund der Pandemie, als Kinder nicht ganztags in Schulen und Kindergärten gehen durften.



Gesundheitsschutz und Sicherheit der Mitarbeiter

Im Bereich des Gesundheitsschutzes und der Sicherheit unserer Mitarbeiter halten wir eine Vielzahl von Vorschriften und Regelungen ein, die dazu beitragen, die Sicherheit der Mitarbeiter zu gewährleisten und zu verbessern – EU-Richtlinien, Arbeitsschutzgesetze, berufsgenossenschaftliche Vorschriften, Arbeitsstätten-, Waren- und Gewerbeordnungen sowie unsere internen Regelungen.

GRI 103, GRI 403-1 "Wir implementieren das System der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes in unserem Unternehmen auf der Grundlage der geltenden Gesetze und anderer Vorschriften in der Slowakei, insbesondere des Gesetzes Nr. 124/2006 GBL über die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz in seiner geänderten Fassung. Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit werden als eine Reihe von Maßnahmen, Grundsätzen, Prinzipien, Haltungen, Verhaltensweisen und Aktivitäten charakterisiert, die dazu beitragen, die negativen Folgen der Arbeit zu beseitigen. Daher ist es für uns sehr wichtig, dass die Arbeitssicherheit in allen arbeitsrelevanten Aspekten gewährleistet ist.



Martin Baksa
Leiter der Abteilung
Sicherheitsüberwachung

Unser Ziel ist es, die Sicherheit, die Gesundheit und die Arbeitsfähigkeit unserer Mitarbeiter sowie die Sicherheit unserer Kunden zu gewährleisten und dazu beizutragen, dass Schäden an den Anlagen, Produkten und bei der Leistung von Diensten, bei Ausfällen im Arbeitsprozess und andere finanzielle Verluste vermieden werden.

Alle Maßnahmen zur Zielerreichung sind in internen Richtlinien geregelt, die im Prozessmanagement-Tool ARIS und im Intranet im Bereich Arbeitssicherheit und Brandschutz veröffentlicht und regelmäßig aktualisiert werden und dort allen Mitarbeitern zugänglich sind.

Durch gezielte Maßnahmen legen wir besonderen Wert auf die Prävention und bemühen uns aktiv um die Schaffung sicherer und gesunder Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter sowie um die Einhaltung der geltenden Vorschriften zu Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit. Unser primäres Ziel ist die aktive Beseitigung von Gefahren und die Verringerung von Risiken im Bereich Arbeitssicherheit und Brandschutz, und wir ordnen alle Aktivitäten und Prozesse im Zusammenhang mit unserem Geschäft diesem Ziel unter. Die Schulung der Mitarbeiter und die Sensibilisierung für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Aktivitäten."

GRI 403-1 Wir halten uns an alle geltenden Vorschriften und gesetzlichen Verpflichtungen, Verordnungen und setzen auch über das Gesetz hinaus Maßnahmen um, die unseren

Mitarbeitern die Arbeit erleichtern und angenehmer machen, wie z.B. Ergonomie, Work-Life-Balance und Erziehung im Bereich Gesundheit und Prävention.

Die Verwaltung, das Management und die Prozessverbesserung in diesem Bereich werden von der Abteilung Sicherheitsüberwachung in Zusammenarbeit mit externen sicherheitstechnischen und arbeitsmedizinischen Diensten durchgeführt. Der Arbeitgeber, d. h. Kaufland Slovensko, ist verpflichtet, alle Kosten im Zusammenhang mit Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit zu tragen. Die Einhaltung und Kontrolle aller Gesundheitsschutz- und Sicherheitsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter wird von der Abteilung für Sicherheitsrevision gewährleistet. Dazu gehören insbesondere diese Bereiche:

- Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit – Zusammenarbeit und Koordinierung des Einsatzes des externen Dienstleisters, Mitarbeiterschulung, Entwicklung und Aktualisierung von Arbeitsschutzdokumenten und -richtlinien, Untersuchung von Zwischenfällen und Arbeitsunfällen, Kontrolle der Pflege der Begleitdokumentation für technische Anlagen, Kontrolle der Durchsetzung des Arbeitsschutzes an den Arbeitsplätzen unseres Unternehmens usw.,
- Brandschutz – Zusammenarbeit und Koordinierung des Einsatzes des externen Dienstleisters, Mitarbeiterschulung, Entwicklung und Aktualisierung von Unterlagen und Brandschutz-Richtlinien, Kontrolle der Durchsetzung von Brandschutz an den Arbeitsplätzen unseres Unternehmens usw.,
- Zivilschutz – Zusammenarbeit und Koordinierung des Einsatzes des externen Dienstleisters, Mitarbeiterschulung, Entwicklung und Aktualisierung

von Zivilschutz-Dokumenten und -Richtlinien, Kontrolle der Durchsetzung von Zivilschutz an den Arbeitsplätzen unseres Unternehmens usw.,

- Arbeitsmedizinischer Dienst – Zusammenarbeit und Koordinierung des Einsatzes des externen Dienstleisters, Mitarbeiterschulung – Erste Hilfe, regelmäßige Arbeitsplatzbeurteilungen in Übereinstimmung mit den geltenden Rechtsvorschriften, Messung der Arbeitsumgebungsfaktoren (physische Belastung, Handhabung und andere), Sicherstellung von medizinischen Untersuchungen der Mitarbeiter im Zusammenhang mit der Arbeit, Erstellung von Arbeitsberichten und andere

Die Arbeitsschutzmaßnahmen gelten in allen unseren Filialen, im Logistikzentrum und unserer Zentrale, und zwar für alle unsere Mitarbeiter, unabhängig von der Art des Arbeitsvertrags, sowie für alle Personen, die sich mit Wissen des Unternehmens auf unserem Gelände und an unseren Arbeitsplätzen bewegen. Die Maßnahmen werden regelmäßig intern und extern überprüft.

Wo es notwendig ist, oder wo es die Art der Arbeit erfordert, gibt es spezielle Vorschriften und Handbücher, die allen Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Anregungen und Verbesserungsvorschläge, die unsere Mitarbeiter zu Gesundheitsschutz- und Sicherheitsfragen haben, können sie über unsere Vertrauensleute oder direkt an die Kollegen der Abteilung für Sicherheitsüberwachung weitergeben.



Wir legen Wert auf Prävention

Prävention ist ein zentraler Bestandteil unserer Aktivitäten im Bereich der Sicherheit und Gesundheitsschutzes unserer Mitarbeiter. Es handelt sich um ein System von Maßnahmen, die in allen Tätigkeitsbereichen des Arbeitgebers geplant und durchgeführt werden und die darauf abzielen, die Risiken und Faktoren, die zum Auftreten von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und anderen berufsbedingten Gesundheitsschaden beitragen, zu beseitigen oder zu begrenzen und die Vorgehensweise im Falle einer unmittelbaren und ernsthaften Bedrohung des Lebens oder der Gesundheit eines Mitarbeiters festzulegen. Wir haben eine Richtlinie zur Gefahren- und Risikoanalyse ausgearbeitet, die eine Risikobewertung für alle von den Mitarbeitern ausgeführten Tätigkeiten umfasst; eine Bewertung der Gefahren, die sich aus dem Arbeitsprozess, der Arbeitsumgebung und den Arbeitstätigkeiten ergeben. Diese Richtlinie gilt für alle Personen, die in einem arbeitsrechtlichen Verhältnis stehen, sowie für Personen, die in einem ähnlichen Arbeitsverhältnis stehen, und für Personen, die sich mit Wissen des Unternehmens in den Räumlichkeiten und an den Arbeitsplätzen des Unternehmens aufhalten (nachfolgend „Mitarbeiter“ genannt). Nach Masgabe

der gesetzlichen Bestimmungen gilt die Richtlinie in angemessenem Umfang – im gegenseitigen Einvernehmen – auch für alle Vertragsunternehmen.

Im Logistikzentrum fallen die Mitarbeiter hauptsächlich in die Risikokategorie 2 und die Mitarbeiter, die im Kühlhaus – TIKO und im Frische-Lager arbeiten, in die Risikokategorie 3. In den Filialen und in der Zentrale ist es die Kategorie 2.

Bestimmte Teile des Logistikzentrums wurden, da die Mitarbeiter hier in kühler Umgebung arbeiten, als Einrichtungen der Kategorie 3 eingestuft. In der Slowakei haben wir ein Logistikzentrum, das 1,39 % aller Objekte (70 Filialen, 1 Logistikzentrum, 1 Zentrale) im Geschäftsjahr 2020 ausmacht. Im Geschäftsjahr 2021 waren es 1,35 % aller Objekte (72 Filialen, 1 Logistikzentrum, 1 Zentrale).

Im Geschäftsjahr 2020 hatten wir in der Slowakei 70 Filialen, was 97,2 % aller Gebäude entspricht (70 Filialen, 1 Logistikzentrum, 1 Zentrale). Im Geschäftsjahr 2021 hatten wir 72 Filialen, was 97,3 % aller Objekte entspricht (72 Filialen, 1 Logistikzentrum, 1 Zentrale).

Wir versuchen, die negativen gesundheitlichen Auswirkungen in den einzelnen Risikokategorien durch verschiedene Maßnahmen schrittweise zu verringern:

Maßnahmen für die Risikokategorie 3:

Persönliche Schutzausrüstung: isolierte Jacke mit stärkerer Wärmeisolierung, isolierte Hose mit stärkerer Wärmeisolierung, isolierte Jacke mit verlängerter Rücken, Sturmhaube (Mutze), Fleecehandschuhe mit Silikon-Antirutschmuster, Schutzhandschuhe mit Fleece-Innenschicht und feuchtigkeitsabweisender Beschichtung, gut isolierte und wasserabweisende Lederstiefel mit wärmeisolierenden Sohlen, Thermounterwäsche, Thermosocken, Thermokniestrumpfe

Weitere Hilfsmittel: Aufwärmräume mit eingebauten Handwärmern, Schuhe und Socken, Einhaltung des Trinkregimes durch Versorgung mit heißem Tee, Pause nach 45 - 60 Minuten Arbeit, ärztliche Untersuchung. Wir führen Erste-Hilfe-Schulungen durch – speziell für Führungskräfte, die in diesen Kühlhäusern arbeiten

Wir führen auch regelmäßig interne Audits durch, die sich hauptsächlich auf Folgendes konzentrieren:

- Status von Brandschutz und Zivilschutz am Arbeitsplatz
- Status der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes bei der Arbeit, einschließlich der Überwachung der Sicherheit von technischen Anlagen und deren Inspektionen und Prüfungen
- Kontrolle der Einhaltung des Rauchverbots außerhalb ausgewiesener Bereiche und des Alkoholkonsumverbots während der Arbeitszeit
- Kontrolle der Verwendung von persönlicher Schutzausrüstung und Einhaltung entsprechender Maßnahmen

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir insgesamt 389 interne Audits an unseren Standorten durchgeführt, um die Sicherheit und den Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter zu verbessern.

Anzahl der Audits 2020	Anzahl der Audits 2021
223	163

Alle unsere Standorte werden auch von den staatlichen Behörden kontrolliert. Ihr Hauptaugenmerk liegt auf Brandschutz- und Arbeitssicherheitsinspektionen. Im Geschäftsjahr 2020 wurden 30 Inspektionen durchgeführt und in zwei Fällen wurden Mängel festgestellt, die zu notwendigen Korrekturmaßnahmen führten. Im Geschäftsjahr 2021 wurden 15 Inspektionen durchgeführt und 0 festgestellte Mängel.

Wir informieren und schulen unsere Mitarbeiter regelmäßig im Bereich Gesundheit und Sicherheit

Wir schulen unsere Mitarbeiter systematisch und regelmäßig zum Thema Arbeitssicherheit und Brandschutz. Die Schulungen finden im Rahmen der Arbeitszeit statt, sind kostenlos und werden online auf Slowakisch oder Englisch abgehalten.

Zu den entsprechenden Themen organisieren wir folgende Schulungen:

- Erst- und Wiederholungsschulungen von Mitarbeitern und Führungskräften zu Arbeitsschutzvorschriften und Brandschutz sowie Zivilschutz
- Fachschulungen – Motorwagenbedienung,
- Ausbildung in Erster Hilfe
- Ausbildung von Brand- und Evakuierungspatrouillen
- Sonstiges nach Bedarf

Wir organisieren Präsenz-Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit und Brandschutz für die Mitarbeiter des Vertriebs und Online-Schulungen für die Mitarbeiter der Zentrale. Die Schulungen sind für alle Mitarbeiter kostenlos und finden im Rahmen der Arbeitszeit statt. Die Fachschulungen, die Erste-Hilfe-Ausbildung und die Ausbildung der Mitglieder von Brand- und Evakuierungspatrouillen werden nur in Präsenzform durchgeführt.

Gleichzeitig informieren wir unsere Mitarbeiter über unser Intranet Connect über neue Richtlinien, interne Vorschriften und neue Regeln.

Die Art, die Methode und die Regelmäßigkeit der Unterrichtung richten sich insbesondere nach der Art der vom Arbeitnehmer geleisteten Arbeit, dem Arbeitsort (ob es sich um ein Logistikzentrum oder eine Filiale handelt) und den Umständen der Arbeitsleistung.

Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten

Unfälle an allen unseren Arbeitsplätzen werden konsequent erfasst und ihre Ursachen untersucht. Wir ergreifen bei allen Arbeitsunfällen technische Maßnahmen, damit sich der Unfall nicht wiederholt. Unser Ziel ist es, die Unfallrate unserer Mitarbeiter so weit wie möglich zu senken.

Ein Arbeitsunfall wird durch die Bestimmung des § 195 Abs. 2 des Gesetzes Nr. 311/2001.

Slg. Arbeitsgesetzbuch in seiner geänderten Fassung als Gesundheitsschaden definiert, der einem Mitarbeiter bei der Ausübung seiner Arbeitsaufgaben oder in unmittelbarem Zusammenhang damit unabhängig von seinem Willen durch eine kurzfristige, plötzliche und gewaltsame äußere Einwirkungen zugefügt wird. Ein Unfall, der ein Mitarbeiter auf dem Weg zur Arbeit und zurück erlitten hat, gilt nicht als Arbeitsunfall.

Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten in den Geschäftsjahren 2020 und 2021

Wir sind stolz und glücklich, dass wir in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 keine schweren Arbeitsunfälle mit Todesfolge oder schweren Verletzungen zu verzeichnen hatten. Ebenso erfassen wir nicht das Erkennen und Auftreten von Berufskrankheiten von Mitarbeitern.



Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter

Wir unterstützen die gesunde Lebensweise unserer Mitarbeiter auch über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Wir sind uns bewusst, dass die Arbeit in den Filialen und in der Logistik körperlich anstrengend ist, ebenso wie die Arbeit in der Verwaltung aufgrund der sitzenden Tätigkeit, und die Arbeit an Bildschirmen erfordert ebenfalls einen Ausgleich durch Ruhe oder andere Aktivitäten.

Ermäßigte Multisport-Karte



Kaufland bezuschusst den Mitarbeitern jeden Monat die Hälfte des Preises der Multisport-Karte. Im Dezember 2021 hatten 544 Mitarbeiter eine aktivierte Multisport-Karte. Im Geschäftsjahr 2019 betrug diese Zahl 646 Mitarbeiter. Dieser Rückgang ist vor allem auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie zurückzuführen, als die Nutzungsmöglichkeiten von Sport- und Freizeiteinrichtungen allgemein eingeschränkt waren und die Karte daher nicht genutzt werden konnte. Vor allem aus diesen Gründen nutzen derzeit weniger Arbeitnehmer die Karte.

Sphere Karte



Die Sphere Karte ist eine Sonderleistung, die es Mitarbeitern ermöglicht, verschiedene Vergünstigungen von Vertragspartnern in Form von Rabatten in Anspruch zu nehmen. Zu den Partnern gehören auch Fitnessstudios, Fitness- und Wellnesszentren, Sportstätten wie Golf- und Skigebiete sowie Sportgeschäfte. Jeder Mitarbeiter, der in einem festen Arbeitsverhältnis steht und sich nicht in der Probezeit befindet, kann die Karte beantragen. Kolleginnen und Kollegen, die im Rahmen eines studentischen Zeitarbeitsvertrags arbeiten, sind ebenfalls förderfähig. Wir stellen die Karte kostenlos aus. Die Sphere Karte ist derzeit für 626 Mitarbeiter aktiviert.

K-Talks



Auch im Rahmen des K-Talks-Konzepts bringen wir Themen ein, um die Gesundheit unserer Mitarbeiter zu unterstützen. In Themenblöcken, ob online oder in hybrider Form, sprechen wir mit Expertinnen und Experten zu den Themen Mentale Gesundheit, Burnout, Arbeit mit eigenen „Schatten“, Themen der Krisenbewältigung, Stabilisierungs- und Beruhigungstechniken, Atemtechniken etc. Auch Kolleginnen und Kollegen, die aus eigener Erfahrung etwas zu dem Thema zu sagen haben oder sogar ehrenamtlich in ihrer Freizeit im Feld tätig sind, bringen gerne ihre Erfahrungen ein.

Marathon Košice

Jedes Jahr ermutigen wir unsere Mitarbeiter, am ältesten Marathon Europas teilzunehmen – dem Košice-Marathon. Diese Veranstaltung ist für viele zu einer Tradition geworden, die ihnen in Erinnerung bleibt. Im Geschäftsjahr 2020 nahmen 64 Mitarbeiter und im Geschäftsjahr 2021 34 Mitarbeiter teil.

Gesundheitskalender

Jedes Jahr bereiten wir für unsere Mitarbeiter einen großen Wandkalender vor, dessen Thema die Prävention von Krankheiten und die Förderung einer gesunden Lebensweise ist. Darüber hinaus enthält der Kalender Informationen über wichtige Veranstaltungen für Freiwillige, verschiedene CSR-Veranstaltungen, Sport- und Familientage sowie Laufveranstaltungen.

Gesundheitskalender 2020 mit Schwerpunkt auf Gesundheit und Wohlbefinden unserer Mitarbeiter. In jedem Monat wurden einfache 5-minütige Fitnessübungen anschaulich dargestellt. Wir haben auch Erinnerungen an unsere großen Veranstaltungen wie „Spende ein paar Deziliter“, „Theater-Bluttröpfchen“, „Sporttag“ und die Lebensmittelsammlung „Wir helfen mit Lebensmitteln“ aufgenommen. Das i-Tüpfelchen waren kurze Sensibilisierungstexte für Gesundheit und Wohlbefinden

Der Gesundheitskalender 2021 mit dem Untertitel "Gesunde Pause". Wir wollten unsere Kollegen darauf aufmerksam machen, dass regelmäßige Pausen während der Arbeit nicht nur für die Sicherheit und die Arbeitsleistung, sondern auch für das allgemeine Wohlbefinden und die Regeneration wichtig sind. Der Kalender enthielt auch Hinweise und Tipps, wie man Pausen sinnvoll und effektiv nutzen kann.

Das Thema des Gesundheitskalenders 2022 lautet "Mindfulness" – also Achtsamkeit. Der Slogan dieses Kalenders: "Das Wichtigste ist, den Gedankenfluss nicht zu unterdrücken, sondern ihn bewusst zu beobachten und vorbeiziehen zu lassen, ähnlich wie die Wolken am Himmel" – so unterstützt die Achtsamkeitspraxis die Entwicklung einer entspanteren und flexibleren Lebenseinstellung und trägt dazu bei, die Fähigkeit zu verbessern, mit sich selbst in Kontakt zu sein und so besser mit Alltagsbelastungen und herausfordernden Situationen umzugehen. Im Kalender haben wir Informationen und Tipps veröffentlicht, wie man sich im Winter fit hält, wie man bewusst isst, wie wichtig der Frühjahrsputz ist und welche Atemtechniken es gibt.

Der Kalender ist in allen Gemeinschaftsräumen in den Filialen, im Logistikzentrum und auch in der Zentrale zu finden. Mitarbeiter, die dies wünschten, konnten die Kalender während der Pandemie mit nach Hause nehmen oder den Kalender elektronisch herunterladen.



Obsttage

Wir vergessen nicht, auch am Arbeitsplatz Energie in Form von Obst und Gemüse zur Verfügung zu stellen, und veranstalten für unsere Mitarbeiter einen Obsttag am Arbeitsplatz. Das Obst wird in regelmäßigen Abständen zubereitet. Für die Mitarbeiter in der Zentrale und im Zentrallager ist es jeder zweite Donnerstag im Monat, für die Kollegen in den Filialen ist es jeder Donnerstag, denn das ist der geschäftigste Tag von allen. In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir unseren Mitarbeitern in den Filialen im ganzen Land auf diese Weise bis zu 197.553 kg Obst angeboten.

Geschäftsjahr 2020	135.612 kg Obst	20,6 kg Obst pro Person
Geschäftsjahr 2021	61.941 kg Obst	9,4 kg Obst pro Person

Der Unterschied zwischen den Geschäftsjahren ist darauf zurückzuführen, dass wir im Jahr 2020 zwischen dem 16. März und dem 31. Mai jeden Tag Obst angeboten haben.

Vitaminpakete

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir alle unsere Mitarbeiter mit insgesamt 3 Vitaminpaketen zur Unterstützung der Immunität im Wert von fast 200.000 Euro versorgt. Wir verteilen die Pakete im Frühjahr und im Herbst, und die Zusammensetzung der Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel in den Paketen entspricht der jeweiligen Jahreszeit.



A blurred office scene featuring a laptop keyboard in the foreground, a white coffee cup on a saucer in the middle ground, and a person's arm in a blue sleeve on the right. A large window is visible in the background, letting in bright light. A solid dark red vertical bar is positioned on the left side of the image.

Korruptions- bekämpfung / Compliance



COMPLIANCE - Das Richtige tun

GRI 103 *Unsere Unternehmenskultur basiert auf klarer Verantwortlichkeit und Vertrauen. Rechtmäßiges Handeln und fairer Wettbewerb sind integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit und eine wichtige Voraussetzung, um unseren anhaltenden Geschäftserfolg zu sichern.*

GRI 103 Verantwortungsbewusstes Verhalten und die Einhaltung der einschlägigen Rechtsvorschriften, faire Behandlung und die Achtung von Rechten und Pflichten in allen Bereichen sind das A und O unseres Geschäfts. Wir befolgen diese Grundsätze nicht nur als Unternehmen, sondern verlangen dieses Verhalten auch von unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern. Verstöße gegen die gesetzlichen Vorschriften können zu einem Ansehensverlust unseres Unternehmens

und zu finanziellen Schäden führen sowie Schadensersatzansprüche und strafrechtliche Konsequenzen für einzelne Mitarbeiter und/oder Vertreter der Organe des Unternehmens nach sich ziehen. Die Handlungen des Unternehmens und seiner Mitarbeiter beruhen daher auf dem Prinzip: "Wir richten uns nach den geltenden Gesetzen und internen Vorschriften." Dieser zentrale Unternehmensgrundsatz ist für alle Mitarbeiter verbindlich.



Katarína Masárová,
Leiter der Abteilung
Recht und Compliance

GRI 103 "Unser vorrangiges Ziel ist es, Risiken zu beseitigen, die das Vertrauen der Kunden, der Öffentlichkeit und der Geschäftspartner gefährden. Zu diesem Zweck haben wir auch ein Compliance-Managementsystem (CMS) eingerichtet. Die Instrumente und Maßnahmen innerhalb dieses Systems sensibilisieren unsere Mitarbeiter für die rechtlichen Risiken und unterstützen sie bei ihrer täglichen Arbeit. Um Risiken zu vermeiden, ist es wichtig, potenzielles Fehlverhalten frühzeitig zu erkennen. Dies erreichen wir unter anderem dadurch, dass wir im Rahmen der Compliance über mögliche Verstöße informiert werden. Beispiele für solche Verstöße sind: Korruption, Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht, Verstöße gegen Datenschutzbestimmungen, Verstöße gegen Steuer-, Rechnungslegungs- und Abgabenbestimmungen. Alle Meldungen so genannter Compliance-Verstöße prüfen sorgfältig und vertraulich. Aus nachgewiesenem Fehlverhalten ziehen wir konsequent und angemessen Konsequenzen. Auch wenn wir alles tun, um Verstöße zu vermeiden, werden Fehler passieren. Wir haben in der Regel eine Lösung dafür. Wir dulden jedoch unter keinen Umständen kriminelles Verhalten, wie z. B. Bestechung. Wir sorgen dafür, dass auf Verstöße angemessen reagiert wird."

COMPLIANCE MANAGEMENT-SYSTEM

Das Compliance-Managementsystem (CMS) enthält verbindliche Vorschriften, die die Anforderungen und Elemente zur Gewährleistung eines angemessenen Niveaus der Einhaltung von Vorschriften (Compliance) festlegen. Unser CMS konzentriert sich vor allem auf die Bereiche Wettbewerbsrecht, Korruptionsbekämpfung, die Legalisierung von Einkünften aus kriminellen Aktivitäten und Betrug sowie auf die Compliance von Geschäftspartnern. Ein wesentlicher Bestandteil des CMS ist es, Verstöße gegen geltende Gesetze und interne Richtlinien (z. B. zum Umgang mit Spenden, Datenschutz) zu verhindern, Schulungen durchzuführen, Verstöße zu überwachen und aufzudecken und auf festgestellte Verstöße zu reagieren ("Null-Toleranz-Prinzip").

GRI 102-17 Zu den CMS-Maßnahmen gehören insbesondere der Erlass und die Bekanntmachung von Leitlinien (z. B. Regeln für die Behandlung von Geschenken oder Regeln für den Datenschutz), Schulungen und die Prüfung aller internen und externen Beschwerden über mögliche Compliance-Verstöße.

GRI 102-17 Die Compliance-Abteilung des Unternehmens überwacht die Einhaltung der genannten Maßnahmen. Darüber hinaus überprüft und klärt sie interne und externe Hinweise auf Verstöße gegen Vorschriften.
GRI 103, GRI 102-17

Zu den wichtigsten Themen im Bereich Compliance gehören:



Verhinderung von Korruption und anderen Formen der Wirtschaftskriminalität



Recht des Wirtschaftswettbewerbs



Schutz der persönlichen Daten

Verhinderung von Korruption und Interessenkonflikten

GRI 102-17 Ein Interessenkonflikt wird als Konflikt zwischen den Interessen von Kaufland und den persönlichen Interessen des Mitarbeiters wahrgenommen. Dies kann zum Beispiel der Fall sein, wenn der Mitarbeiter nicht in der Lage ist, eine Entscheidung völlig unparteiisch zu treffen. Wenn er bei der Entscheidung über eine geschäftliche Angelegenheit nicht unparteiisch handeln kann, liegt ein Interessenkonflikt vor. Wenn einer unserer Mitarbeiter in eine Situation gerät, in der er unsicher ist oder vermutet, dass er sich in einem Interessenkonflikt befindet, eine Frage zu Spenden oder zur korrekten Behandlung von Geschäftspartnern hat, hat er die Möglichkeit, seine Bedenken mit unserer Compliance Managerin zu besprechen.

GRI 102-17 Wenn unsere Mitarbeiter auf potenziell kriminelles Verhalten aufmerksam werden, haben sie die Möglichkeit, solche Verstöße über verschiedene Kanäle zu melden. Für die Meldung möglicher

Compliance-Verstöße stehen unsere externen Vertrauensrechtsvertreter, unsere interne Compliance Managerin und das Online-Meldesystem (BKMS) zur Verfügung. Selbstverständlich können die Anregungen auch per Post an die Adresse des Firmensitzes geschickt werden. Wir haben potenzielle Fälle von Korruptionsvorwürfen oder Interessenkonflikten in den Geschäftsjahren 2020 und 2021, die dem Unternehmen über diese Kanäle gemeldet wurden, gründlich untersucht und dokumentiert.

Als Unternehmen wollen wir vermeiden, mit korrupten Praktiken oder solchen Geschäftspartnern in Verbindung gebracht zu werden. Durch unser E-Learning-Programm Prävention von Korruption und „Interessenkonflikten“ wollen wir unsere Mitarbeiter dazu ermutigen, mögliches korruptes Verhalten frühzeitig zu erkennen und jederzeit angemessen zu handeln.

Korruption ist, kurz gesagt, der Missbrauch anvertrauter Befugnisse zur persönlichen Bereicherung oder zum eigenen Vorteil. Ob Bestechung oder Bestechlichkeit im internationalen oder nationalen Geschäftsverkehr, Bestechung in der Politik oder der Versuch, sich durch Bestechungsgelder Vorteile zu verschaffen – Korruption verursacht nicht nur materielle Schäden, sondern untergräbt auch die Struktur der Gesellschaft.

Schulung unserer Mitarbeiter zu Compliance und Korruptionsbekämpfung

GRI 205-2 Alle neu in unser Unternehmen eintretenden Mitarbeiter werden direkt bei ihrem Eintritt mit den Themen Compliance und Korruptionsbekämpfung vertraut gemacht. Die Mitarbeiter erhalten in den ersten Tagen nach ihrer Einstellung Materialien zu diesem Thema, die sie zusammen mit anderen Richtlinien durchgehen können. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass 100 % unserer Mitarbeiter mit den Grundregeln der Compliance und der Korruptionsbekämpfung vertraut sind.

Durch verschiedene Richtlinien und Materialien stellen wir sicher, dass 100 % unserer Mitarbeiter mit den Grundregeln der Compliance und der Korruptionsbekämpfung vertraut gemacht werden.

GRI 205-2 Anzahl der Mitarbeiter, die wir in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 zum Thema Korruptionsbekämpfung und Interessenkonflikt geschult haben

Die Grundschulung zu Korruption und Interessenkonflikten ist ein obligatorischer Online-Kurs für alle neuen Mitarbeiter ab einer bestimmten Führungsebene (mit Ausnahme

des Betriebspersonals) sowie für Assistenten, Fachassistenten, Studenten, Verkaufsleiter und Filialleiter. Dieser Kurs muss alle 2 Jahre wiederholt werden.

	Geschäftsjahr 2020		Geschäftsjahr 2021	
	prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der Mitarbeiter in der betreffenden Kategorie	Anzahl der Mitarbeiter in der betreffenden Kategorie, die eine Schulung erhalten haben	Prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der Mitarbeiter in der betreffenden Kategorie	Anzahl der Mitarbeiter in der betreffenden Kategorie, die eine Schulung erhalten haben
Mitarbeiter des Leitungsorgans des Unternehmens	60 %	3	80 %	4
Management-Mitarbeiter	25,3 %	114	24,3 %	115
Andere Mitarbeiter	6,3 %	428	5,4 %	374

Für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 haben wir die folgenden Online-Schulungen im Bereich Compliance organisiert:

- Grunds Schulung zu Korruption und Interessenkonflikten – Start im Juni 2021. Der Vorgängerkurs trug den Titel: Prävention der Korruption
- Grundlagen der Compliance
- Im Juni 2021 haben wir die Compliance-Schulung für Filialleiter eingeführt. In der Zwischenzeit stand den Mitarbeitern der Kurs Grundlagen der Compliance zur Verfügung
- Grunds Schulung zum Kartellrecht
- Kartellrecht für bestimmte Abteilungen (zentrale Dienste, Einkauf, technischer Einkauf)
- Grundlagen des Datenschutzes
- Datenschutz in der Filiale

Was ist Compliance – ein Verstoß?

Ein Compliance-Verstoß liegt vor, wenn durch oder unter unseren Mitarbeitern im In- oder Ausland Arbeitstätigkeiten durchgeführt werden, die gegen geltendes Recht oder interne Vorschriften verstoßen. Beispiele für derartige Verstöße sind:

Korruption

Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht

Verstoß gegen die Datenschutz-Vorschriften

Verstoß gegen Steuer-, Buchführungs- und Abgabenvorschriften



Mitteilung von Compliance-Verstößen

Selbstverständlich verfügt unser Unternehmen gemäß dem Gesetz Nr. 54/2019 Slg. zum Schutz von Hinweisgebern bei antisozialen Aktivitäten und zur Änderung bestimmter Gesetze (das sogenannte „Whistleblowing“ Gesetz) über ein internes Melde- und Überprüfungssystem für Mitarbeiter, die ihren Verdacht auf beobachtete antisoziale Aktivitäten innerhalb des Unternehmens melden.

Für die Meldung möglicher Compliance-Verstöße stehen unsere externen Vertrauensrechtsvertreter, unsere interne Compliance Managerin und unser Online-Meldesystem zur Verfügung. Wir garantieren, dass jede Mitteilung vertraulich behandelt wird. Jeder, der einen Compliance-Verstoß im Zusammenhang mit Kaufland oder einen Verdacht auf antisoziale Aktivitäten im Zusammenhang mit Kaufland vermutet, kann einen solchen Verstoß melden.

1. Compliance Managerin

Unsere Compliance-Managerin kann per Post (per Brief an die Adresse unseres eingetragenen Firmensitzes) oder per E-Mail (compliance@kaufland.sk) kontaktiert werden. Die aktuellen Kontaktdaten finden Sie auf der Website unseres Unternehmens Compliance – Richtig handeln. | Kaufland .

2. Online-Meldesystem

GRI 102-17 Unser BKMS® Online-Meldesystem ist eine gesicherte Kommunikationsebene, die es ermöglicht, von jedem Ort der Welt aus, 24 Stunden am Tag, einen Compliance-Verstoß anonym zu melden. Dabei verlassen wir uns darauf, dass unser Hinweisgeber das System verantwortungsvoll nutzt. Es darf nicht dazu missbraucht werden, falsche Anschuldigungen gegen andere zu erheben.

Unser Online-Meldesystem ist unter www.bkms-system.net/kaufland verfügbar

3. Externe Vertrauensanwälte – wir garantieren Vertraulichkeit

Unsere externen vertraulichen Rechtsvertreter können ebenfalls kontaktiert werden, um Informationen über mögliche Compliance-Verstöße zu erhalten. Wenn ein konkreter Grund für einen Compliance-Verstoß festgestellt wird, setzt sich der Vertrauensanwalt direkt und vertraulich mit der Compliance-Managerin unseres Unternehmens in Verbindung, um das weitere Vorgehen zu besprechen. Die Vertrauensanwälte und ihre Kontakte finden Sie auf unserer Website Compliance – Richtig handeln. | Kaufland .

Beim Schutz von Hinweisgebern orientieren wir uns an den geltenden Gesetzen und Vorschriften, wie das Hinweisgeberschutzgesetz, das Antidiskriminierungsgesetz und andere Gesetze. Wir haben Richtlinien und Verfahren, die die Schritte festlegen, die bei einem Verstoß gegen Compliance einzuleiten sind.

Es liegt auch in unserem Interesse, dass mögliche Verstöße korrekt behandelt und Abhilfemaßnahmen ergriffen werden. Dabei verlassen wir uns nicht nur auf unsere Mitarbeiter, sondern auch auf unsere Geschäftspartner und die Öffentlichkeit, und wir achten auf die Sorgfaltspflicht bei jeder relevanten Compliance-Anregung, die an uns gerichtet wird.

Compliance und unsere Lieferanten

Auch von unseren Lieferanten und Geschäftspartnern verlangen wir die Einhaltung der Compliance-Vorschriften. Gemäß dem Verhaltenskodex für Geschäftspartner geben wir die Verantwortung für die Einhaltung dieser Regeln auch an deren Lieferanten, d. h. an unsere Subunternehmer, weiter. Sie sind auch an die so genannten Compliance-Klauseln in unseren Verträgen und in der Regel an unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gebunden.

Wir erwarten von unseren Lieferanten und Geschäftspartnern, dass sie alle einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen in ihrem Verantwortungsbereich einhalten, insbesondere wenn sie Dritte in die Leistungserbringung einbeziehen. Dies gilt insbesondere für die Einhaltung der Antikorruptionsgesetze, der Gesetze zum Schutz des wirtschaftlichen Wettbewerbs und des Schutzes personenbezogener Daten. In diesem Zusammenhang müssen die Lieferanten insbesondere ihre Mitarbeiter, die mit der Ausführung der vertraglich vereinbarten Aufgaben und Tätigkeiten betraut sind, auf die einschlägigen Rechtsvorschriften aufmerksam machen.

Ab 2021 steht das GPC-System (Geschäftspartner-Compliance-Check) zur Überprüfung der Compliance von Geschäftspartnern auch allen Mitarbeitern unseres Unternehmens zur Verfügung. Dieses System kann vor Beginn einer Geschäftsbeziehung genutzt werden, um den Geschäftspartner und mögliche Compliance-Risiken zu überprüfen. Zu diesem Zweck vergleicht das System verschiedene Datenbanken (z. B. Sanktionslisten) und nimmt eine erste Einstufung des potenziellen Risikos vor (z. B. in Bezug auf Land, Branche, Tätigkeitsgegenstand). Im Falle eines erhöhten Risikos muss die Abteilung Recht und Compliance die Angelegenheit weiter untersuchen und bewerten.

Wir teilen Geschäftspartnern, die Waren und Dienstleistungen, die dazu bestimmt sind, den Betrieb unseres Unternehmens sicherzustellen, an unser Unternehmen liefern, unsere Antikorruptionspolitik in der ersten Mitteilung mit, und diese Informationen sind auch Teil unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die einzige Ausnahme sind Geschäftspartner, bei denen die Verwendung unserer Standardvertragsvorlagen aus rechtlichen Gründen oder aufgrund der technologischen Komplexität nicht möglich ist. Auch in solchen Fällen erhält der Geschäftspartner jedoch Informationen über die Compliance-Regeln von Kaufland Slovenská republika v. o. s.

Wir haben klare Regeln und Verfahren für die Gewährung von Zuwendungen und Geschenken an unsere Mitarbeiter, Organe, Mitglieder von Organen oder Hilfspersonen unseres Unternehmens sowie an ihnen nahestehende Personen. Solches Verhalten ist grundsätzlich verboten, derartige Handlungen sollten unsere Lieferanten und Geschäftspartner unterlassen.

Anzahl der Geschäftspartner* denen wir in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 unsere Anti-Korruptionspolitik und -verfahren mitgeteilt haben

GRI 205-2 Wir teilen unseren Geschäftspartnern in der Slowakei unsere Compliance-Grundsätze, einschließlich unserer Antikorruptionspolitik und -verfahren, durch eine "Compliance-Klausel" mit, die standardmäßig in unseren Verträgen mit Geschäftspartnern sowie in unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten ist. Auch unser Verhaltenskodex für Geschäftspartner verpflichtet die Geschäftspartner zur Compliance.

Wir haben 100 % unserer Geschäftspartner in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 über unsere Anti-Korruptionspolitik informiert*

	Geschäftsjahr 2020		Geschäftsjahr 2021	
	Anzahl der Geschäftspartner	Prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der Geschäftspartner	Anzahl der Geschäftspartner	Prozentualer Anteil an der Gesamtzahl der Geschäftspartner
Geschäftspartner (Verkaufsware)	677	100 %	678	100 %

*wir führen die Anzahl der Geschäftspartner auf, mit denen wir direkt im Namen von Kaufland Slovenská republika v. o. s. Verträge abschließen und die auf der Grundlage dieser Verträge Verkaufsware direkt an unsere Gesellschaft liefern. Verträge über die Lieferung von Produkten für das gesamte Kaufland-Geschäftsnetz werden vom Einkauf auf internationaler Ebene abgeschlossen.

Prozentualer Anteil der Geschäftspartner* nach Unternehmenssitz

	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Lieferanten mit Sitz in der Slowakei	73,4 %	79,4 %
Lieferanten mit Sitz in der Tschechischen Republik	19,8 %	17,7 %
Andere europäische Länder	6,8 %	2,9 %

*wir führen die Anzahl der Geschäftspartner auf, mit denen wir direkt im Namen von Kaufland Slovenská republika v. o. s. Verträge abschließen und die auf der Grundlage dieser Verträge Verkaufsware direkt an unsere Gesellschaft liefern. Verträge über die Lieferung von Produkten für das gesamte Kaufland-Geschäftsnetz werden vom Einkauf auf internationaler Ebene abgeschlossen.



Initiative „Global Compact“

Das Unternehmen Kaufland ist im Juni 2020 der freiwilligen Global Compact-Initiative unter der Schirmherrschaft der Vereinten Nationen (UN) beigetreten. In allen acht Ländern, in denen wir tätig sind, verpflichten wir uns zur Einhaltung der 10 Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen,

Umwelt und Korruptionsbekämpfung. Durch die Unterstützung der im Global Compact definierten Nachhaltigkeitsprinzipien stärken wir das Vertrauen einer wachsenden Zahl von Kunden und potenziellen Partnern und Mitarbeitern, die ein verantwortungsvolles Geschäftsverhalten erwarten.

Über den UN Global Compact

Die Initiative UN Global Compact wurde im Jahr 2000 gegründet. Sie gilt als die größte und bedeutendste Nachhaltigkeitsinitiative der Welt. Sie bringt mehr als 13.000 Unternehmen aus über 160 Ländern zusammen, die sich für verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmenstätigkeit einsetzen. Weitere Informationen finden Sie auf der Website der Organisation www.unglobalcompact.org.

Unternehmensspenden und Sponsoring

Der Bereich Unternehmensspenden und Sponsoring fällt unter die Abteilung der Sozialen Verantwortlichkeit und Nachhaltigkeit/ Unternehmenskommunikation und ist durch eine interne Richtlinie geregelt, die vorschreibt, dass sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Spenden und Sponsoring für das Unternehmen mit einem bestimmten (zulässigen) Zweck erfolgen müssen.

Spenden und Sponsoring-Beiträge müssen ordnungsgemäß verbucht werden und ihnen muss eine ausführliche Dokumentation vorausgehen, die die Fairness und Transparenz der Spende oder des Sponsorings gewährleistet. Jeder Antrag wird

einzelnen geprüft, und es gilt das Vier-Augen-Prinzip. Grundvoraussetzung für eine Spende oder einen Sponsoring-Beitrag ist die rechtliche Zulässigkeit und der Ausschluss eines Zusammenhangs mit der laufenden Geschäftstätigkeit sowie die Beteiligung von Mitarbeitern und deren Familienangehörigen. Im Allgemeinen dürfen Spenden und Sponsoring nicht an politische Parteien und politisch tätige Organisationen, Organisationen und Gruppen, die Extremismus, Radikalismus und Sektierertum fördern, sowie an Gewerkschaften und Verbände geleistet werden.

Für Spenden, die 50.000 € übersteigen, ist eine Genehmigung auf transnationaler Ebene erforderlich.

Staatliche finanzielle Unterstützung und transparentes Handeln

GRI 201-4 Unser Unternehmen hat weder in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 noch zu irgendeinem anderen Zeitpunkt finanzielle Unterstützung von der Regierung erhalten, mit Ausnahme des finanziellen Beitrags des Staatlichen Instituts für Berufsbildung für die Bereitstellung der dualen Ausbildung für das Schuljahr 2020/2021 in Höhe von 54.900 EUR (32.900 EUR - Standardbeitrag, 22.000 EUR – zusätzlicher Beitrag in Bezug auf COVID-19), der am 30. Juni 2021 eingegangen ist, und für das Schuljahr 2021/2022 in Höhe von 39.200 EUR, eingegangen am 30. Juni 2022.

GRI 206-1 In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 hat weder das Kartellamt der Slowakischen Republik noch eine andere Wettbewerbsbehörde Ermittlungen/Verfahren gegen unser Unternehmen wegen des Verdachts auf wettbewerbswidriges Verhalten eingeleitet. Unser Unternehmen ist sich der Risiken wettbewerbswidrigen Verhaltens voll bewusst und verfügt daher über Verfahren und Schulungen, die speziell auf die Verhinderung wettbewerbswidrigen Verhaltens ausgerichtet sind. In einem relativ alten Fall der Entscheidung des Kartellamts von 2018 über mutmaßliche vertikale Vereinbarungen wurde unser Unternehmen als mutmaßlicher Teilnehmer an diesen Vereinbarungen genannt. Unser Unternehmen ist mit einer solchen Anschuldigung grundsätzlich nicht einverstanden und hat sich konsequent mit allen Mitteln gegen diese Anschuldigung gewehrt. In diesem Fall läuft derzeit eine gerichtliche Überprüfung der Rechtmäßigkeit der entsprechenden Entscheidung des Kartellamts auf der Grundlage einer von unserem Unternehmen eingereichten Klage, und die Wirkungen dieser Entscheidung werden während des Gerichtsverfahrens auf der Grundlage der Entscheidung des Gerichts, aufschiebende Wirkung zu gewähren, ausgesetzt.

05 Kunde und Gesellschaft



Ausbau nachhaltiges Sortiment





Produkte mit Mehrwert

GRI 103 *Wir wollen nicht nur ein gewöhnlicher Lebensmittelladen sein. Wir möchten den Kunden, die bei uns einkaufen, Produkte anbieten, die sicher und von hoher Qualität sind. Neben Qualität und Sicherheit setzen wir auch auf Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Produktpalette und arbeiten ständig daran, den Anteil dieser Produkte zu erhöhen.*

GRI 103

"Aufgrund der Zusammensetzung unseres Produktportfolios haben wir als eines der größten Lebensmittelunternehmen in der Slowakei einen erheblichen Einfluss auf die Verbesserung des nachhaltigen Konsums. Wir erhöhen schrittweise die Anzahl der zertifizierten Produkte in unserem Sortiment und setzen uns in diesem Bereich hohe Ziele. Für uns als Lebensmitteleinzelhändler ist es jedoch eine große Herausforderung, die breite Palette und die hohe Qualität der zertifizierten Produkte mit den Preisvorstellungen der meisten Kunden in Einklang zu bringen. Dennoch streben wir danach, nachhaltige Produkte zu liefern, die sowohl von hoher Qualität als auch erschwinglich sind."



Iveta Hollá
CSR-Managerin
für Einkauf

Erschwingliche Nachhaltigkeit

Die EY Future Consumer Index* Studie, die 2021 veröffentlicht wurde, zeigt, dass 43 % der Verbraucher mehr von Unternehmen kaufen wollen, die der Gesellschaft zugutekommen, auch wenn deren Produkte oder Dienstleistungen mehr kosten. Bis zu 84 % sagten, dass Nachhaltigkeit bei ihren Kaufentscheidungen wichtig ist, und bis zu 64 % waren bereit, ihre Gewohnheiten zu ändern, wenn dies der Gesellschaft zugutekommt. Die Verbraucher sagen oft, dass sie bereit sind, mehr für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu zahlen, aber dies spiegelt sich nicht in konkreten Maßnahmen wider. 47 % der Befragten gaben an, dass es zu viel kostet, nachhaltige Produkte zu kaufen, und dass sie es sich nicht leisten können, mehr für Nachhaltigkeit zu bezahlen. Der Preis bleibt also ein wichtiges Kaufkriterium.

*Die Studie wurde zwischen dem 16. April und dem 10. Mai 2021 mit einer Stichprobe von 14 047 Verbrauchern aus 20 Ländern durchgeführt, darunter das Vereinigte Königreich, Frankreich, Italien, Deutschland, Spanien, Dänemark, Schweden, Finnland und Norwegen. [Nachhaltigkeit für den Verbraucher zugänglich machen | EY - Global](#)

GRI 103

Der CSR-Managerin für Einkauf ist verantwortlich für die Entwicklung der Strategie für das nachhaltige Sortiment sowie für die Umsetzung der Richtlinien in diesem Bereich. Die Kommunikation mit den einzelnen Lieferanten und die Durchsetzung der Anforderungen an die Produktzertifizierung liegen in der Verantwortung der einzelnen Einkäufer. Auch von unseren Kunden und Mitarbeitern erhalten wir zahlreiche Tipps zur Erweiterung unseres nachhaltigen Angebots. Dies zeigt auch, dass sie sich für die angebotenen Produkte interessieren. Die Auswahl und Zusammensetzung der von uns angebotenen Produkte wirkt sich letztlich auf ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden aus. Darüber hinaus unterstützen unsere Kunden mit dem Kauf von zertifizierten Produkten nicht nur eine nachhaltige Landwirtschaft und Produktion, sondern sorgen auch für faire Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter unserer Lieferanten/Unterzulieferer und für den Schutz der Natur. In gewisser Hinsicht nehmen wir slowakische und regionale Produkte in das nachhaltige Sortiment von Kaufland auf. Viele von ihnen haben zwar keine international anerkannten Zertifizierungen, aber durch die Unterstützung von Lieferanten, die diese Art von Produkten anbieten, stärken wir die slowakische Wirtschaft, erhöhen die Beschäftigung in den Regionen und mildern dank kürzerer Transportwege die negativen Auswirkungen des Verkehrs auf das Klima.

Zertifizierte Produkte sind auf den ersten Blick erkennbar, insbesondere durch das Logo auf der Produktverpackung. Bei Kaufland in der Slowakei finden Sie unter den zertifizierten Produkten im Dauersortiment am häufigsten die folgenden Siegel:

ASC, MSC, Blauer Engel, CmiA, EU Bio, EU Ecolabel, Fairtrade, Fairtrade Cocoa, FSC, GOTS, OCS, GRS, non-GMO, Dolphin Safe, Rainforest Alliance, UTZ, V-label, Sustainable Cleaning, Veganblume, Cradle to Cradle Certified



ASC - Das Logo des Aquaculture Stewardship Council (ASC) kennzeichnet verantwortungsvoll gezüchteten Fisch und Meeresfrüchte. ASC-zertifizierte Betriebe müssen nachweisen, dass sie ökologisch wirtschaften und gute und faire Arbeitsbedingungen sicherstellen. Mehr dazu auf der Website www.asc-aqua.org



MSC - Das Logo des Marine Stewardship Council (MSC) kennzeichnet Fisch aus nachhaltiger Fischerei. MSC-zertifizierte Fischereien stellen sicher, dass die Fischbestände in gutem Zustand sind, die Meeresumwelt geschützt und der Beifang minimiert wird. Mehr auf der Website www.msc.org



Blauer Engel - Das Blauer Engel-Logo kennzeichnet Produkte und Dienstleistungen, die besonders umweltfreundlich sind. Sie erfüllen die hohen Anforderungen an den Arbeitsschutz und die Benutzerfreundlichkeit. Mehr auf der Website www.blauer-engel.de



Cotton made in Africa - Cotton made in Africa (CmiA) ist ein international anerkannter Standard für nachhaltige Baumwolle aus Afrika, der den Schwerpunkt auf Umweltschutz sowie bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Kleinbauern und Entkörnungsbetriebe legt. Mehr dazu www.cottonmadeinafrica.org



Cradle to Cradle Certified® - Cradle to Cradle Certified® ist ein weltweit anerkannter Standard für sicherere und nachhaltigere Produkte, die sich für die Kreislaufwirtschaft eignen. Mehr auf der Website www.c2ccertified.org/



GOTS - Global Organic Textile Standard (GOTS) gewährleistet die nachhaltige Produktion von Textilien innerhalb der Lieferkette. Von der Gewinnung biologisch erzeugter, natürlicher Rohstoffe über die ökologisch und sozial verträgliche Produktion bis hin zur transparenten Kennzeichnung. Mehr auf der Website www.global-standard.org



EU-Bio - Das EU-Bio-Logo wird zur Kennzeichnung von Lebensmitteln verwendet, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erzeugt und kontrolliert wurden. Das Logo umfasst den ökologischen Landbau und die artgerechte Tierhaltung. Mehr auf der Website www.ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organic-logo



EU Ecolabel - Das EU Ecolabel ist das europäische Umweltzeichen, das für Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vergeben wird. Kennzeichnet Produkte, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare Produkte. Mehr auf der Website www.eu-ecolabel.de



Fairtrade - Fairtrade bedeutet bessere Ab-Hof-Preise für Kleinbauernfamilien und menschenwürdige Arbeitsbedingungen für Plantagenarbeiter in Entwicklungs- und Schwellenländern. Mehr dazu auf der Website: www.fairtrade-slovensko.sk



Fairtrade-Kakao - Fairtrade-Siegel für den Rohstoff Kakao: Kakaobauern können einen Teil ihrer Produktion im Rahmen des „Fairtrade“-Systems verkaufen. Dies führt zu besseren Lebens- und Arbeitsbedingungen sowie zu nachhaltigeren Anbaumethoden. Mehr auf der Website www.fairtrade-slovensko.sk



FSC - FSC-Logo® kennzeichnet Holz- und Papierprodukte, die unabhängig nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Councils® zertifiziert sind. Damit wird eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung weltweit gefördert. Mehr auf der Website fsc.org/de



OCS - Das Logo des Organic Content Standard (OCS) ermöglicht es, den genauen Anteil an organischem Material in einem Produkt zu erfassen und über die gesamte Produktionskette hinweg zu verfolgen. Bestätigt die Verwendung von Bio-Baumwolle. Mehr auf der Website <https://textileexchange.org>



GVO-frei - Das GVO-Frei-Logo kennzeichnet Lebensmittel, die bis zu einem Grenzwert von 0,1 % pro Zutat keine genetisch veränderten Zutaten enthalten. Mehr auf der Website www.og-info.org



Rainforest Alliance Certified - Das Rainforest Alliance Certified-Logo wird für Kakao, Kaffee, Tee, Zitrusfrüchte oder Bananen vergeben, die unter Berücksichtigung ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Anforderungen angebaut werden. Mehr auf der Website www.rainforest-alliance.org



Dolphin Safe - Das SAFE-Logo des amerikanischen Earth Island Institute zertifiziert Produkte aus dem Thunfischfang, bei denen kein Risiko besteht, dass Delfine im Netz gefangen werden. Das UTZ-Zertifizierungsprogramm ist Teil der Rainforest Alliance. Mehr auf der Website www.delphinschutz.org



UTZ - Das UTZ-Logo wird an nachhaltig produzierten Kaffee und Tee vergeben. Die Mission von UTZ ist es, eine Welt zu schaffen, in der nachhaltige Produktion die Norm ist. Das UTZ-Zertifizierungsprogramm ist jetzt Teil der Rainforest Alliance. Mehr unter: <https://utz.org>



GRS - Produkte, die nach dem Global Recycled Standard (GRS) zertifiziert sind, enthalten recyceltes Material. Das GRS-Logo darf verwendet werden, wenn die Produkte mindestens 50 % recyceltes Material enthalten. Mehr auf der Website www.textileexchange.org/



V-Label - Das V-Label-Logo kennzeichnet vegetarische oder vegane Produkte. Vegane Produkte enthalten keine tierischen Zutaten oder Verarbeitungs-Hilfsstoffe wie Fleisch, Fisch, Eier und Milchprodukte. Mehr auf der Website www.v-label.eu/sk



Veganblume - Das Veganblume-Logo der englischen Vegan Society kennzeichnet Produkte, die frei von tierischen Inhaltsstoffen sind und sich daher für eine vegane Lebensweise eignen. Mehr dazu auf: www.vegansociety.com



Sustainable Cleaning - Das Logo für Sustainable Cleaning kennzeichnet die Reinigungsprodukte, die hohe Standards für die Umweltsicherheit erfüllen, Abfälle minimieren und klare und transparente Informationen über eine nachhaltigere Nutzung liefern. Mehr auf der Website www.cleanright.eu



GlobalG.A.P - GLOBALG.A.P. steht für Qualitätssicherungssystem für die Landwirtschaft. Dazu gehören beispielsweise der Pflanzenschutz und die Gesundheit am Arbeitsplatz, der sichere und legale Einsatz von Pestiziden, ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser oder Energieeffizienz.

Anzahl der Produkte mit ausgewählten Nachhaltigkeitszertifizierungen im Eigenmarkensortiment (Dauersortiment) in den Wirtschaftsjahren 2020 und 2021

	2020	2021	Anstieg in %
Fairtrade	91	119	31 %
MSC	15	24	60 %
ASC	2	10	400 %
FSC	60	101	68 %
Rainforest Alliance	8	102	1 175 %
UTZ	24	33	38 %
BIO	146	214	47 %
Gesamtzertifizierungen durch die iSEAL Alliance	346	603	74 %
GOTS	286	383	34 %
V-label Vegan	34	76	124 %
GVO-"frei"	-	36	-
Summe aller erfassten Zertifizierungen	666	1098	65 %

Im Geschäftsjahr 2021 wurden die Daten zu den Produktzertifizierungen in unserem internen System geprüft, und die Zunahme der ASC-, FSC- und teilweise auch Rainforest Alliance-Zertifizierungen war auf ein besseres

Datenmanagement zurückzuführen. Der deutliche Anstieg der Rainforest-Alliance-Zertifizierung ist hauptsächlich auf die Fusion mit der UTZ-Zertifizierung zurückzuführen.

Anteil der ausgewählten zertifizierten Eigenmarkenprodukte im Dauersortiment an der Gesamtzahl der Produkte im Dauersortiment in den Geschäftsjahren 2020 und 2021

	2020			2021		
	Gesamtzahl der Produkte mit einer bestimmten Zertifizierung	Gesamtzahl der Eigenmarkenprodukte mit einer bestimmten Zertifizierung	Prozentualer Anteil der gesamten Produkte im Dauersortiment (alle Produkte/ Eigenmarken)	Gesamtzahl der Produkte mit einer bestimmten Zertifizierung	Gesamtzahl der Eigenmarkenprodukte mit einer bestimmten Zertifizierung	Prozentualer Anteil der gesamten Produkte im Dauersortiment (alle Produkte/ Eigenmarken)
Fairtrade	96	91	0,5 %/2,7 %	137	119	0,6 %/3 %
MSC	25	15	0,1 %/0,4 %	49	24	0,2 %/0,6 %
ASC	3	2	0,0 %/0,1 %	11	10	0,1 %/0,3 %
FSC	92	60	0,5 %/1,8 %	147	101	0,7 %/2,6 %
Rainforest Alliance	12	8	0,1 %/0,2 %	153	102	0,7 %/2,6 %
UTZ	32	24	0,2 %/0,7 %	56	33	0,3 %/0,8 %
BIO	366	146	1,9 %/4,3 %	494	214	2,3 %/5,5 %
Gesamtzertifizierungen durch die iSE-AL Alliance	626	346	3,3 %/10,2 %	1 047	603	4,9 %/15,5 %
Zusammen mit anderen erfassten Zertifizierungen	1 145	709	6 % / 20,9 %	2 221	1 274	10,5 % / 32,6 %

32,6 %



**der Anteil Produkte
mit Nachhaltigkeits
zertifikat im
Sortiment der
Eigenmarke**



100 %

**Bio-Obst und
-Gemüse in
Eigenmarken**



**78 % Anteil
des nachhaltigen
Kaffees am gesamten
Kaffeesortiment
unserer Eigenmarken;
und 73 % Anteil
beim Kakao**



100 %

**der Baumwolltextil-
erzeugnisse von Eigen-
marken hat GOTS-Zer-
tifizierung**



TOP 3 der meistverkauften Fairtrade-zertifizierten Eigenmarkenprodukte für das Geschäftsjahr 2021



"Fairtrade ist ein auf Partnerschaft basierender Handel. Er setzt soziale, wirtschaftliche und ökologische Standards nicht nur für Unternehmen, sondern auch für Anbauer. Für die Unternehmen bedeutet dies beispielsweise die Zahlung eines fairen Preises und die bereits erwähnte "Fairtrade"-Prämie für Produkte, für die Anbauer die Beachtung der Arbeitnehmerrechte und des Umweltschutzes. Das Ergebnis ist, dass die Erzeuger von Kakao, Kaffee, Bananen und anderen Produkten aus Lateinamerika, Asien und Afrika ein angemessenes Einkommen haben, ihre Menschenrechte geachtet werden und die Umwelt geschützt ist. Durch den Kauf von „Fairtrade“-Produkten beteiligen sich die Kaufland-Kunden in der Slowakei direkt daran und tragen zu Bildung, gerechteren Einkommen und zur Stärkung der Erzeuger bei. Die Verbindung von Wirtschaft, Ethik und Nachhaltigkeit ist eine äußerst wirkungsvolle Kombination, von der alle Beteiligten in der Lieferkette profitieren."

Lubomir Kadaně Direktor von Fairtrade Tschechien und Slowakei.



Auch Kaufland ist FAIR

Der Absatz von ethisch zertifizierten Fairtrade-Waren ist in der Slowakei im Jahr 2021 weiter gestiegen. Es handelt sich um Produkte, für die die Erzeuger entsprechend entlohnt wurden und die ohne Kinderarbeit und ohne Umweltzerstörung produziert wurden. Laut einer Umfrage von Fairtrade Tschechien und Slowakei kennen bis zu 58 % der slowakischen Verbraucher diese Zertifizierung.

Bauernkooperativen im Globalen Süden erhielten im Jahr 2021 insgesamt 720 000 Euro an Fairtrade-Prämien für Fairtrade-Produkte, die von slowakischen Kunden gekauft wurden, was einem Anstieg von 45 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Zunehmend nutzen die Landwirte diese Ressourcen auch zur Bekämpfung der Auswirkungen des Klimawandels und der damit verbundenen Präventivmaßnahmen.

In der Slowakei leisteten wir als Kaufland einen Beitrag von mehr als 65 000 Euro (66 063 Euro) auf der Grundlage der für unsere Eigenmarkenprodukte eingekauften Mengen an Fairtrade-Rohstoffen, das sind 20 % mehr als im Jahr 2020.

Hauptbezugsorte für strategische Rohstoffe



Wir werden spätestens ab dem 1. März 2023 nur noch zertifizierten Kakao (Fairtrade oder Rainforest Alliance) in kakaohaltigen Produkten im Rahmen unserer nationalen Eigenmarke K-Z lásky k tradícii verwenden. Wir schätzen die Bereitschaft und Flexibilität der Lieferanten dieser Produkte und ihre positive Einstellung.

"Es ist möglich, zertifizierten Kakao zu verwenden, sobald dies vereinbart ist, da unser Unternehmen derzeit UTZ-zertifiziert ist und wir nachhaltigen Kakao auf Lager haben. Um dies den Kunden auf der Produktverpackung mitzuteilen, ist jedoch eine Änderung erforderlich, die etwa 3-4 Monate dauern kann."

Mgr. Daniela Ižoldová
AGRO-TAMI, a. s.



Tee



Kakao



Kaffee



Papier



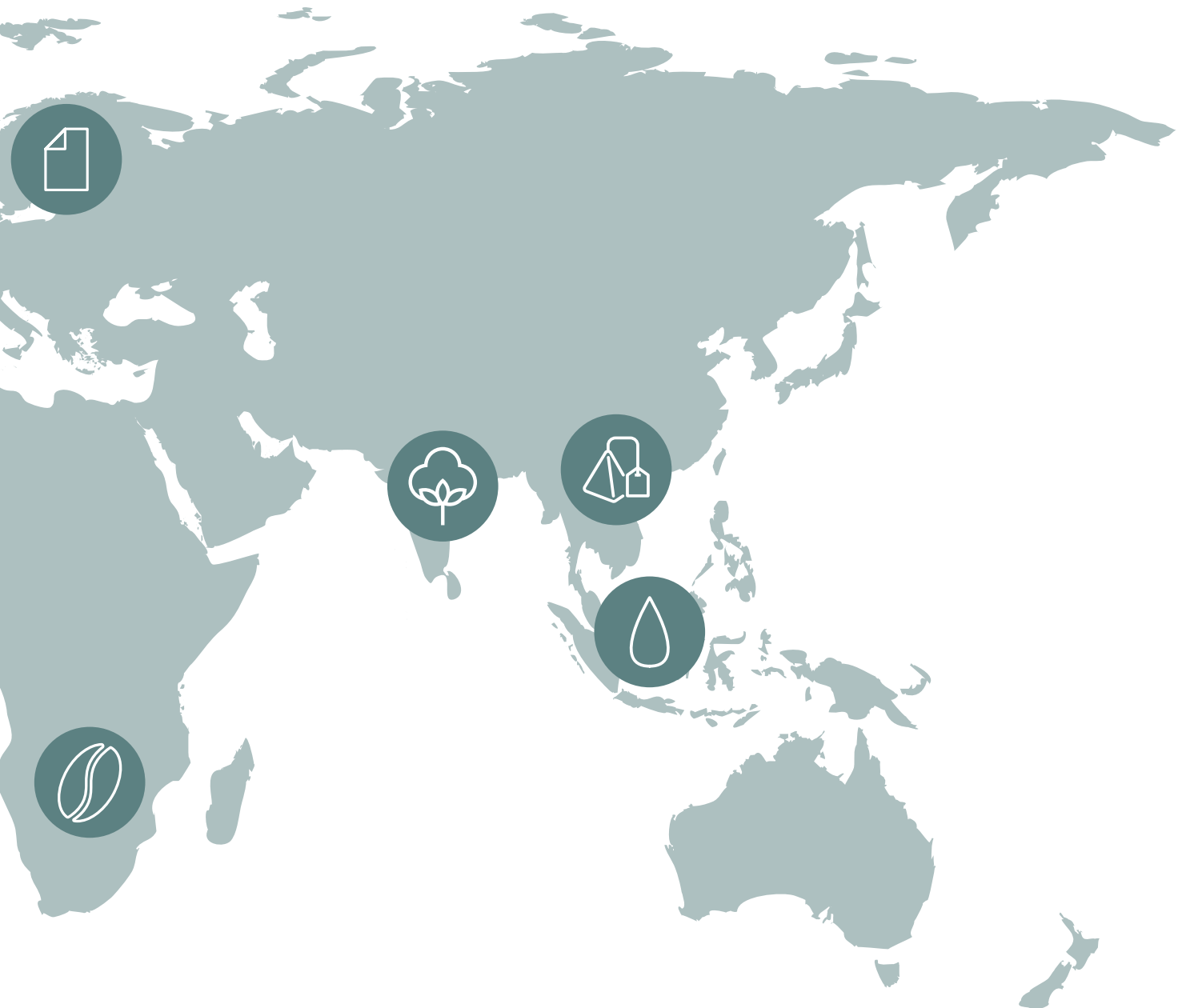
Baumwolle



Zellulose



Palmöl



Erhöhung des Anteils der nachhaltigen Rohstoffe in unserer Produktpalette

KAKAO

Geschäftsjahr	Alle Nachhaltigkeitszertifizierungen, die unsere kakaohaltigen Eigenmarkenprodukte erhalten haben	Anzahl der kakaohaltigen Eigenmarkenprodukte	Prozentualer Anteil der Eigenmarkenprodukte mit nachhaltigem Kakao an der Gesamtzahl der kakaohaltigen Eigenmarkenprodukte
2020	BIO, Fairtrade, UTZ	112	62 %
2021	BIO, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ	130	73 %

KAFFEE

Geschäftsjahr	Alle Nachhaltigkeitszertifizierungen, die unsere kaffeehaltigen Eigenmarkenprodukte erhalten haben	Anzahl der kaffeehaltigen Eigenmarkenprodukte	Prozentualer Anteil der Eigenmarkenprodukte mit nachhaltigem Kaffee an der Gesamtzahl der Eigenmarkenprodukte mit Kaffee
2020	BIO, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ	39	21 %
2021	BIO, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ	51	78 %

TEE

Geschäftsjahr	Alle Nachhaltigkeitszertifizierungen, die unsere teehaltigen Eigenmarkenprodukte erhalten haben	Anzahl der Eigenmarkenprodukte, die Tee enthalten	Prozentualer Anteil der Eigenmarkenprodukte mit nachhaltigem Tee an der Gesamtzahl der Eigenmarkenprodukte mit Tee
2020	BIO	28	11 %
2021	BIO, Rainforest Alliance, UTZ	36	42 %

FISCH

Geschäftsjahr	Alle Nachhaltigkeitszertifizierungen, die unsere fischhaltigen Eigenmarkenprodukte erhalten haben	Anzahl der Eigenmarkenprodukte, die Fisch enthalten	Prozentsatz der Eigenmarkenprodukte, die nachhaltigen Fisch enthalten, an der Gesamtzahl der Eigenmarkenprodukte, die Fisch enthalten
2020	ASC, MSC, Dolphin SAFE, GAP	50	52 %
2021	ASC, MSC, BIO, Dolphin SAFE, GAP	66	62 %

Vegane Ernährung: Nachhaltig und schmackhaft

Eine fleischbasierte Ernährung hinterlässt einen negativen Fußabdruck auf dem Boden und Klima. Der durchschnittliche Mensch konsumiert etwa 60 kg Fleisch pro Jahr. Und das bringt auch gesundheitliche Risiken. Inzwischen gibt es jedoch eine Vielzahl von Fleischalternativen, die nicht nur schmackhaft sind, sondern auch einen deutlich geringeren Graphit-Fußabdruck haben.

Laut der Studie *What consumers want: a survey on European consumer attitudes towards plant-based foods* von ProVeg International* sind allein in den letzten zwei Jahren viele Verbraucher auf vegane und flexitarische Ernährung umgestiegen. Diese Verbraucher sind sich des Zusammenhangs zwischen Fleisch- und Milchkonsum und dessen Auswirkungen auf die Umwelt, den Tierschutz, die Ernährungssicherheit und die Gesundheit sehr bewusst.

*Die Online-Umfrage wurde im Juni 2021 in 10 europäischen Ländern durchgeführt: Österreich, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Italien, die Niederlande, Polen, Rumänien, Spanien und das Vereinigte Königreich mit einer Stichprobe von 7.590 Teilnehmern

Bis zu 273 V-label Vegan

zertifizierte vegane Produkte in unserem Sortiment, darunter 76 Produkte unserer Eigenmarke und bis zu 39 Produkte aus dem K-take it veggie.



Für diese Bemühungen wurden wir auch als Pflanzenkette des Jahres 2020 ausgezeichnet.



K-take it veggie - Unsere eigene Veggie-Marke

Mit dem Angebot eines veganen und vegetarischen Sortiments wollen wir eine Liederrolle unter den Lebensmittelketten einnehmen und unseren Kunden auch in diesem Bereich eine große Auswahl an Produkten bieten. Wir verkaufen auch vegane und vegetarische Produkte unter unserer eigenen Marke K-take it veggie. Neben der K-take it veggie-Kennzeichnung tragen diese Produkte auch das "V-Label"-Siegel, um sie leicht erkennbar zu machen. In vielen Fällen sind sie aber auch mit dem Bio-Siegel für kontrollierten ökologischen Anbau gekennzeichnet.

Neben der fleischfreien Rezeptur steht unsere Eigenmarke für einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil. Wo immer möglich, verwenden wir nachhaltige Rohstoffe und nur die notwendige Menge

an Aromastoffen. Wir kompensieren die unvermeidlich produzierten CO₂-Emissionen, die entlang der gesamten Kette von der Produktion bis zum Verbrauch entstehen, durch ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt der Organisation [ClimatePartner- Qori Q'oncha - Effiziente Kochherde von der Organisation Microsol in Peru](#).

Neben den Produkten für die täglichen Mahlzeiten bieten wir auch spezielle Themenprodukte an. Gemüsealternativen, die sich zum Grillen eignen, sind das ganze Jahr über erhältlich. Aber während der Grillsaison werden wir eine Vielzahl anderer Spezialitäten hinzufügen - wie Tofu und andere interessant gewürzte pflanzliche Alternativen zu gegrilltem Käse.





Umweltfreundliche Verpackungen



GRI 103 Einzelhandelsketten müssen wie andere Unternehmen, die Lebensmittel verkaufen, die gesetzlichen und hygienischen Anforderungen an ihre Verpackungen erfüllen. Aufgrund der Gesetzgebung und der Hygieneanforderungen in der Slowakei ist es für uns als Einzelhandelskette nicht möglich, vollständig ohne Verpackungsmaterial zu arbeiten. Die Verpackung dient zum Beispiel dazu, den Kunden über die Zusammensetzung und Herkunft des Produkts zu informieren, es vor äußeren Einflüssen zu schützen und einen sicheren Transport zu ermöglichen.

GRI 103 Bei unseren Eigenmarkenverpackungen sind wir für den gesamten Kreislauf verantwortlich, vom Design über das verwendete Material und den Transport bis hin zur Entsorgung. Wir bemühen uns, die Versandverpackung und die Verpackung unserer Eigenmarkenprodukte selbst zu minimieren, die Recyclingfähigkeit zu erhöhen und nachhaltigere Rohstoffe zu verwenden. Da das gängigste Verpackungsmaterial für Lebensmittel verschiedene Arten von Kunststoffen sind, konzentrieren wir uns im Rahmen unserer REset Plastic-Strategie gerade auf diese. Die Ziele der

Strategie in diesem Bereich beziehen sich auf die Wiederverwertbarkeit, die Reduzierung von Kunststoffen und die Verwendung von Rezyklaten in der Verpackung unserer Eigenmarkenprodukte.

GRI 103 Der Logistikmanager ist für die Abfallbewirtschaftung und die Wiederverwendung zuständig, während die Einkaufsabteilung für die Optimierung der Verpackung der zu verkaufenden Produkte verantwortlich ist.



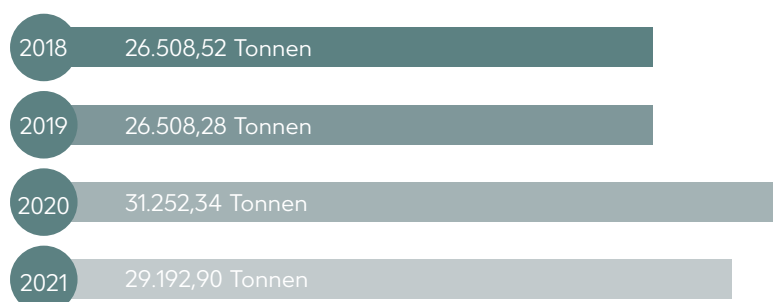
Iveta Hollá
CSR-Managerin für
Einkauf

"Wir haben ein Handbuch für Lieferanten erstellt, in dem die Verpackungsanforderungen für jede Produktkategorie, seien es Lebensmittel, Tiernahrung, Kosmetik oder Reinigungsmittel, beschrieben sind. Wir sind gerade dabei, dieses Handbuch mit unseren Erfahrungen aus dem letzten Jahr und den neuesten Erkenntnissen auf dem Gebiet der Verpackungsmaterialien zu aktualisieren. Wir werden es dann den Zulieferern zur Verfügung stellen, damit sie sich bei der Gestaltung und Optimierung der Verpackungen für unsere eigenen Markenprodukte daran orientieren können"



Laut dem Bericht über den Zustand der Umwelt in der Slowakei 2020 nimmt die Gesamtmenge der Verpackungsabfälle zu. Positiv zu vermerken ist, dass die Recyclingquote von 45,21 % im Jahr 2005 auf 67,55 % im Jahr 2019 gestiegen ist. Damit wird das Ziel erreicht, bis 2025 mindestens 65 % des Gewichts aller Verpackungsabfälle zu recyceln. In unserem Unternehmen werden alle sekundären und tertiären Verpackungsmaterialien bis zu 100 % sortiert und recycelt. ✓

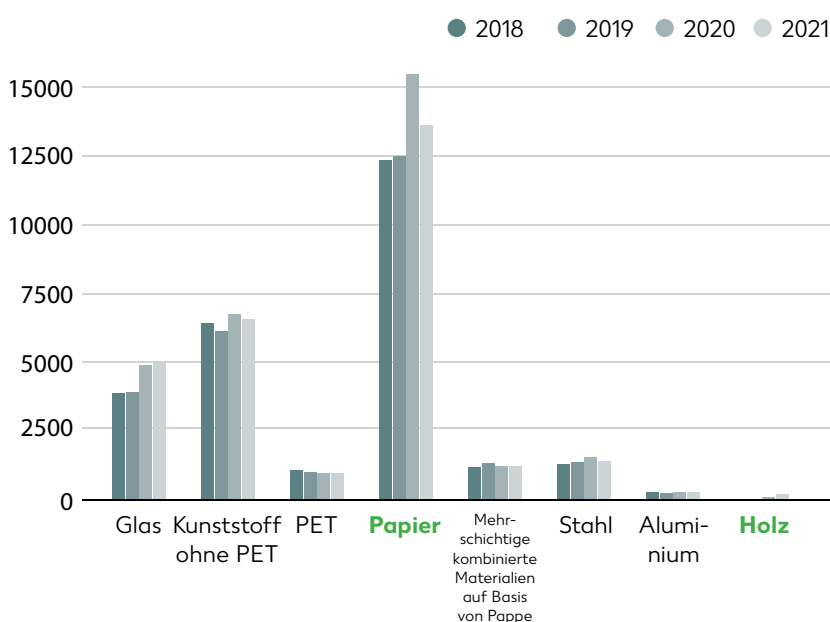
GRI 301-1 Menge der Verpackungen in Tonnen, die wir als Hersteller oder Importeur in den Kalenderjahren 2018-2021 auf den Markt gebracht haben:



In den Kalenderjahren 2020 und 2021 kam es zu einem Anstieg bei den Papierverpackungsmaterialien, was vor allem auf die Bereitstellung von Arbeitsschutzmitteln für unsere Mitarbeiter und Kunden (Abdeckungen, Atemschutzmasken, Handschuhe, Desinfektionsmittel) zurückzuführen ist. Die Verpackungen, in denen wir diese Hilfsmittel geliefert haben, bestanden hauptsächlich aus Karton.

Im Geschäftsjahr 2020 haben wir unseren Kunden die Rückgabe von Glasverpackungen durch die Umgestaltung unserer Eingangsbereiche erleichtert, was zu einem Anstieg dieser Verpackungen geführt hat.

GRI 301-1 Menge der Verpackungen in Tonnen, die wir als Hersteller oder Importeur in den Kalenderjahren 2018-2021 auf den Markt gebracht haben:

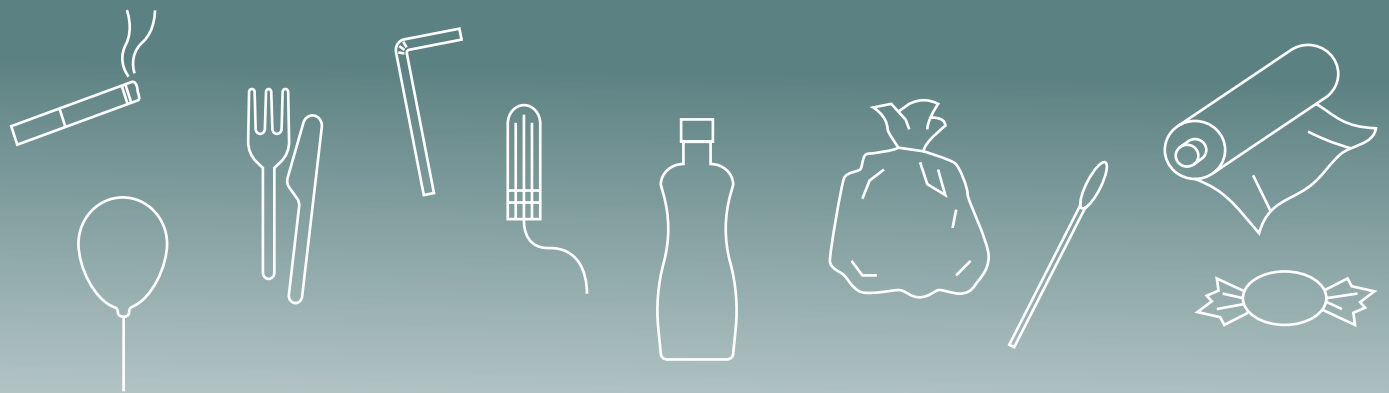


Nach der Einführung eines neuen und strengeren Sortierverfahrens für Kunststofffolien stieg im Geschäftsjahr 2020 auch die Menge der sortierten Kunststoffverpackungen. ✓

Der Gesamtanstieg in vielen Kategorien ist auf die Eröffnung neuer Filialen und einen höheren Umsatz beim Produktverkauf zurückzuführen.

Wir sind verpflichtet, dem Staat über die beauftragte Herstellerverantwortungsorganisation NATURPACK Daten über die Menge an Verpackungen zu melden, die wir als Hersteller oder Importeur auf den Markt gebracht haben. Der Lieferant oder Hersteller, nicht der Einzelhändler, ist verpflichtet, die Verpackungsmenge an den Staat zu melden. Als Kaufland Slowakische Republik v.o.s. melden wir Daten für jedes Privatmarkenprodukt und nur für Markenprodukte, deren Hersteller nicht in der Slowakei registriert ist und die Daten selbst nicht meldet.

Holz und Papier sind Materialien aus erneuerbaren Quellen, die anderen stammen aus nicht-erneuerbaren Quellen.



Einwegkunststoffe bilden bis zu **50 %** von Abfällen im Meer und in den Ozeanen

Im Juli 2021 trat die EU-Richtlinie über Einwegkunststoffe in Kraft. Ziel der Richtlinie ist es, die negativen Umweltauswirkungen von Kunststoffprodukten zu verringern und den Übergang zur Kreislaufwirtschaft zu fördern. Sie umfasst auch eine Reihe von Maßnahmen für bestimmte Produktarten, darunter ein Verbot von Einwegplastikprodukten, für die es EU-weit verfügbare Alternativen gibt.

Bei Kaufland haben wir die von der Richtlinie geforderten Maßnahmen bereits mehrere Jahre im Voraus umgesetzt. Wir haben 2017 die meistverkaufte leichte Plastiktüte und 2019 Einwegplastikutensilien, Strohhalm und Wattestäbchen aus dem Verkehr gezogen. Im Januar 2020 haben wir alle anderen Einweg-Plastiktüten vollständig abgeschafft. Für Kunden, die keine eigene Tasche mitbringen, bieten wir jetzt die Möglichkeit, für den Transport ihrer Einkäufe wiederverwendbare Einkaufstaschen verschiedener Art zu verwenden.

Gemäß der Richtlinie müssen bestimmte Produkte aus Einwegkunststoff ein sichtbares, deutlich lesbares und unverwischbares Etikett auf der Verpackung oder auf dem Produkt selbst tragen, das den Verbraucher über das Vorhandensein von Kunststoff in dem Produkt informiert. Es macht auf die negativen Auswirkungen der Umweltverschmutzung durch Abfälle aufmerksam. Diese Verpflichtung gilt für Toilettenartikel, Feuchttücher, Tabakerzeugnisse mit Filter und Getränkebecher.

In der Richtlinie ist außerdem das Ziel festgelegt, bis 2029 90 % der PET-Flaschen für das Recycling zu sammeln (mit einem Zwischenziel von 77 % bis 2025). Diese Flaschen sollen bis 2025 mindestens 25 % (für PET-Flaschen) und bis 2030 30 % (für alle Flaschen) an recyceltem Kunststoff enthalten. Die Einführung eines Pfandsystems für PET-Flaschen sollte dazu beitragen, dieses Ziel in höchstem Maße zu erreichen.

Das Gesetz (302/2019) über die Rücknahme von Einweggetränkeverpackungen trat 2020 in Kraft und die Rücknahme begann am 1. Januar 2022. Diese Zeit wurde benötigt, um das System einzurichten, die Automaten zu installieren, die Verpackungen zu registrieren und mit Barcodes und dem Rückgabesymbol zu versehen.

Durch die Rücknahme von PET-Flaschen und Dosen soll die Menge der herumliegenden Kunststoff-Getränkeverpackungen deutlich reduziert und ein hoher Sortiergrad der Getränkeverpackungen erreicht werden. Nach Erfahrungen aus dem Ausland dürfte die Recyclingquote solcher Verpackungen bei über 90 % liegen. Das in der Richtlinie festgelegte Ziel ist daher in der Praxis sehr realistisch, sobald das System erfolgreich umgesetzt und eingeführt wurde.

Die Steuerung des gesamten Rückgabesystems obliegt dessen Verwalter, einer vom Ministerium für Umwelt zugelassenen gemeinnützigen Organisation, die aus einem Konsortium von vier Einrichtungen besteht – AVNM (Verband der Hersteller von Erfrischungsgetränken und Mineralwasser in der Slowakei), SZVPS (Slowakischer Verband der Hersteller von Bier und Malz), SAMO (Slowakische Allianz des modernen Handels) und ZOSR (Verband des Handels in der Slowakei), die Hersteller von Erfrischungsgetränken und Mineralwasser, Bierhersteller und Vertreter des Groß- und Einzelhandels vertreten. Das System finanziert sich aus Herstellergebühren, Materialverkäufen und nicht eingelösten Pfandgeldern. Der Staat übernimmt die Aufsichtsfunktion.

REset Plastic

Mit REset Plastic – der gemeinsamen Kunststoffstrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe – haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam einen umfassenden internationalen Ansatz entwickelt. Ziel dieser Strategie ist es, die Menge der verwendeten Kunststoffe zu verringern, die Kreislaufwirtschaft ermöglichen und das Bewusstsein für dieses Thema zu schärfen. Die REset Plastic-Strategie besteht aus fünf Bereichen, die jeweils unterschiedliche Maßnahmen umfassen.



REduce, REdesign, REcycle, REMove, REsearch

Wir haben uns mehrere Ziele im Bereich der Kunststoffverpackungen für unsere Eigenmarken gesetzt. Bei den Verpackungen konzentrieren wir uns in erster Linie auf verstärktes Recycling und die Verringerung der Verwendung von Kunststoffen.



Bis Ende 2025 sollen alle Verpackungen unserer Eigenmarken so weit wie möglich recycelbar sein

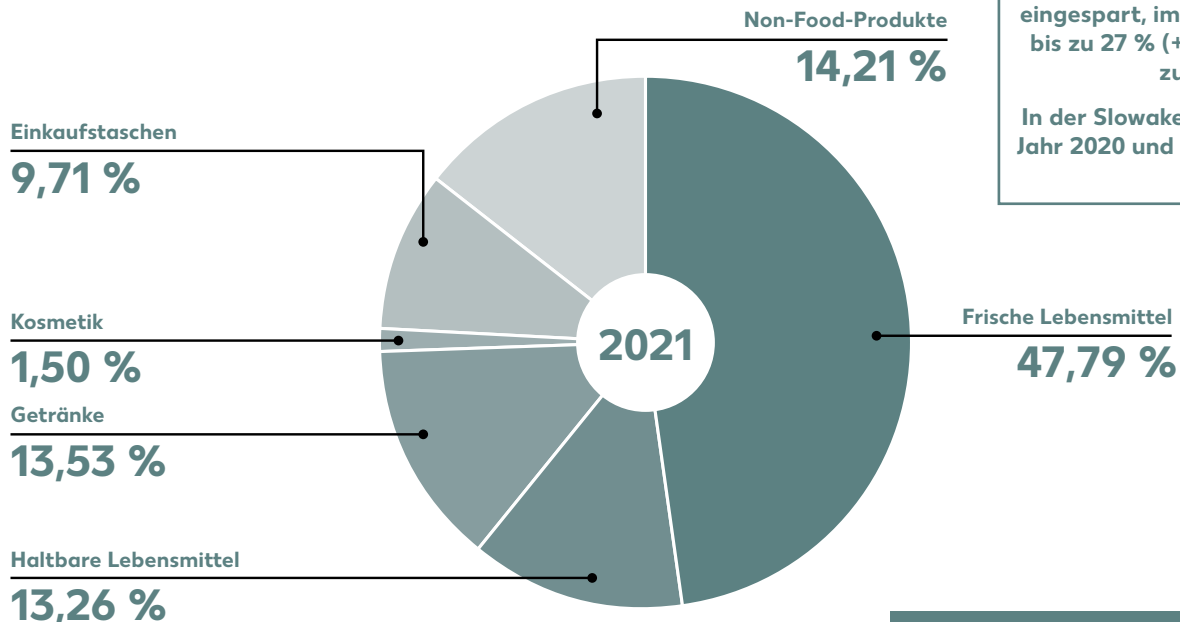
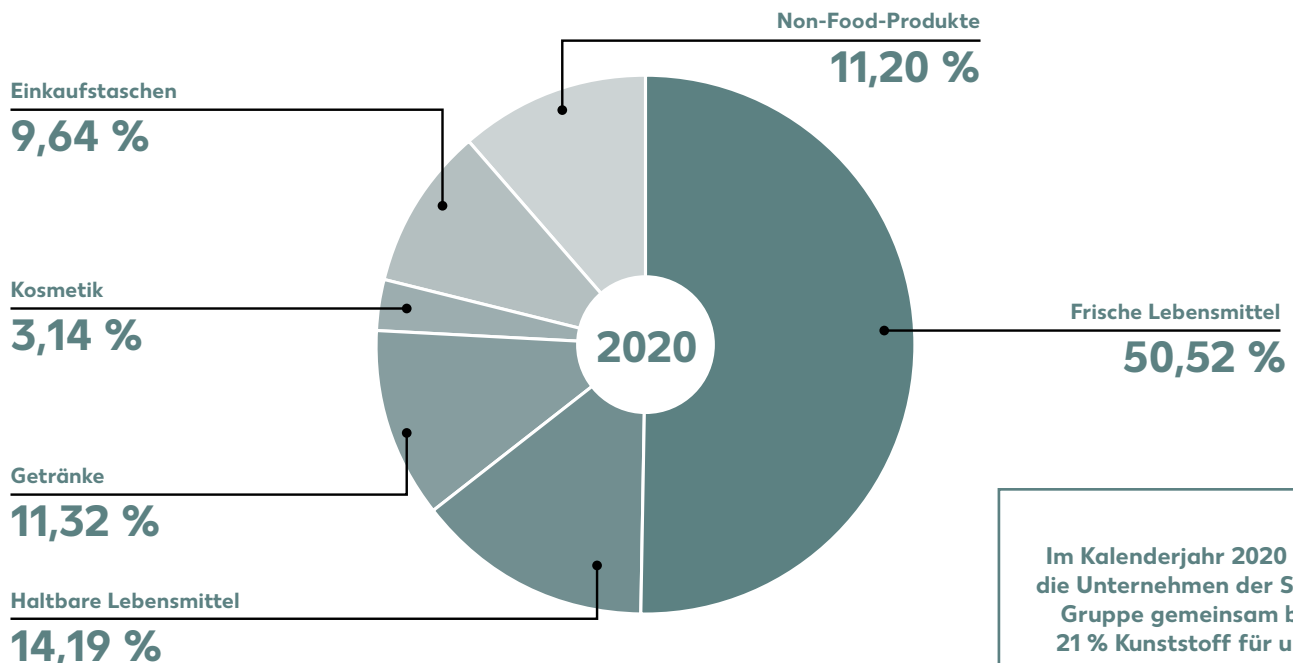


Reduzierung des Plastikverbrauchs um 20 % in unseren Eigenmarkenverpackungen



Verwendung von durchschnittlich 25 % Rezyklat in unseren Eigenmarkenverpackungen

Kunststoff in Verpackungen unserer Eigenmarkenprodukten in Kalendarsjahr 2020 und 2021



Im Kalenderjahr 2020 haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam bis zu 21 % Kunststoff für unsere Eigenmarkenverpackungen eingespart, im Kalenderjahr 2021 bis zu 27 % (+6 %) im Vergleich zu 2018.

In der Slowakei waren es -9 % im Jahr 2020 und -15 % im Jahr 2021.

ODPADni



Im September 2021 starteten wir unsere Freiwilligentätigkeit zur Sammlung von Abfällen aus der Umwelt – ODPADni. An einem Tag reinigten Freiwillige aus den Reihen der Mitarbeiter unserer Filialen deren Umgebung und einen angrenzenden Bereich, der in Zusammenarbeit mit der Stadt ausgewählt wurde. Im ersten Jahr waren 19 Filialen und auch ein Team aus der Zentrale beteiligt. Gemeinsam gingen 274 von uns auf das Feld! Die Aktivität ist Teil unserer CSR-Strategie REset Plastic, insbesondere des Teils REMove, der sich der Entfernung von Kunststoffen aus der Umwelt widmet.

Bewusster verpackt

Mit dem Logo „Bewusster verpackt“ kennzeichnen wir die optimierte Verpackung unserer Eigenmarkenprodukte.

Weitere Informationen unter kaufland.sk/plasty



Mindestens eines der folgenden Kriterien muss erfüllt sein, damit die Verpackung dieses Zeichen tragen darf:

- Anteil an recycelten Materialien mindestens 30 %
- Wiederverwertbarkeit mindestens 80 %
- Materialeinsparungen von mindestens 10 % (im Vergleich zu früheren eigenen Verpackungen oder entsprechenden Verpackungen von Wettbewerbern)
- Alternative Materialien mindestens 30 % (z. B. Silphie-Papier)

Beispiele für Verpackungsoptimierung im Geschäftsjahr 2021

Kunststoff einsparen



385 kg pro Jahr

1,39 Tonnen pro Jahr



18,7 kg pro Jahr

Verbesserung der Wiederverwendbarkeit



Wir haben den ursprünglichen Kunststoff-Aluminium-Verbundstoff durch einen aluminiumfreien Polyolefin-Verbundstoff ersetzt, der leichter zu recyceln ist

Verpackungsmaterialien in der Logistik

Faltpalette Einsparung von Kunststoffen und CO₂

Die neuen Faltpaletten haben eine stabile Vorder- und Rückwand, die die Ware beim Handling der Palette zusätzlich schützt. Gleichzeitig benötigen sie 40 % weniger Schutzfolie als herkömmliche Europaletten. Unser Zentrallager spart bis zu 60 Tonnen Folie pro Jahr. Mit dieser Menge könnten wir fast die gesamte Slowakei 12 Mal umwickeln. Nach dem Entleeren der Palette können die Wände einfach auf den Palettenboden heruntergeklappt werden, so dass sie nicht mehr Platz beanspruchen als herkömmliche Paletten. Die Höhe der Wände – und damit der gefüllten Paletten – ist so angepasst, dass die volle Höhe des Lkw-Laderaums für die Beladung ausgenutzt wird, was den Transport noch effizienter macht und CO₂-Emissionen reduziert. Die neuen Faltpaletten sind aus einem stärkeren Material gefertigt, das eine Lebensdauer von bis zu 10 Jahren garantiert.

"Wir haben unsere neuen Faltpaletten mit fester Wand entwickelt, um die Gesundheit der Mitarbeiter im Lager zu schützen, aber auch um die Waren während der Verladung und des Transports zur Filiale zu schonen. Die Mitarbeiter müssen die Waren beim Entladen von gemischten Lieferungen in den einzelnen Filialen nicht mehr über die Höhe



der Schulter – die ergonomisch angemessene Maximalhöhe für das Heben von Lasten – heben, und auch das manuelle Entladen der Waren in der Filiale wird erleichtert." Jan Bartošik, Betriebsleiter ZL in Ilava

Wir verwenden weiterhin auch Europaletten, die auf dem Logistikmarkt Standard sind und von allen unseren Lieferanten verwendet werden. Wir verlangen von unseren Lieferanten nicht, dass sie unsere Faltpaletten verwenden. Die Faltpaletten werden hauptsächlich für den Transfer von gemischten Lieferungen mit Kartons geeigneter Abmessungen für ungekühlte und nicht gefrorene Lebensmittel, für Drogerieware, für Tierfutter und für Konsumgüter zwischen unserem Distributionszentrum in Ilava und unseren Filialen eingesetzt. Wir gehen davon aus, dass ihr Anteil an den gesamten Bewegungen der Paletten mit Trockensortiment je nach Zeitraum bei etwa 40 % liegen wird.

Verbrauch von Stretchfolie

Seit der Einführung der Faltpalette im Dezember 2020 konnten wir dank ihrer Verwendung erhebliche Einsparungen bei den Kunststofffolien verzeichnen. Im 9-Monats-Zeitraum (Dezember 2020 - August 2021) verbrauchen wir bis zu 20 % weniger Kunststofffolien als im gleichen Zeitraum des Vorjahres, obwohl die Menge der in Kartons transportierten Waren um 8,5 % gestiegen ist.

Kalenderjahr 2019	168,6 Tonnen
Kalenderjahr 2020	164,4 Tonnen
Kalenderjahr 2021	158 Tonnen

EPS (Euro-Pool-System) Kisten

Durch den Transport von Obst und Gemüse vom Händler zur Filiale in derselben EPS-Kiste wird die Verwendung von Einwegkartons eingeschränkt und die Zerstörung der Verpackung verhindert. Dies verringert auch die Kohlenstoffemissionen.

Kalenderjahr 2019	3.183 Tonnen CO ₂
Kalenderjahr 2020	3.005 Tonnen CO ₂
Kalenderjahr 2021	3159 Tonnen CO ₂

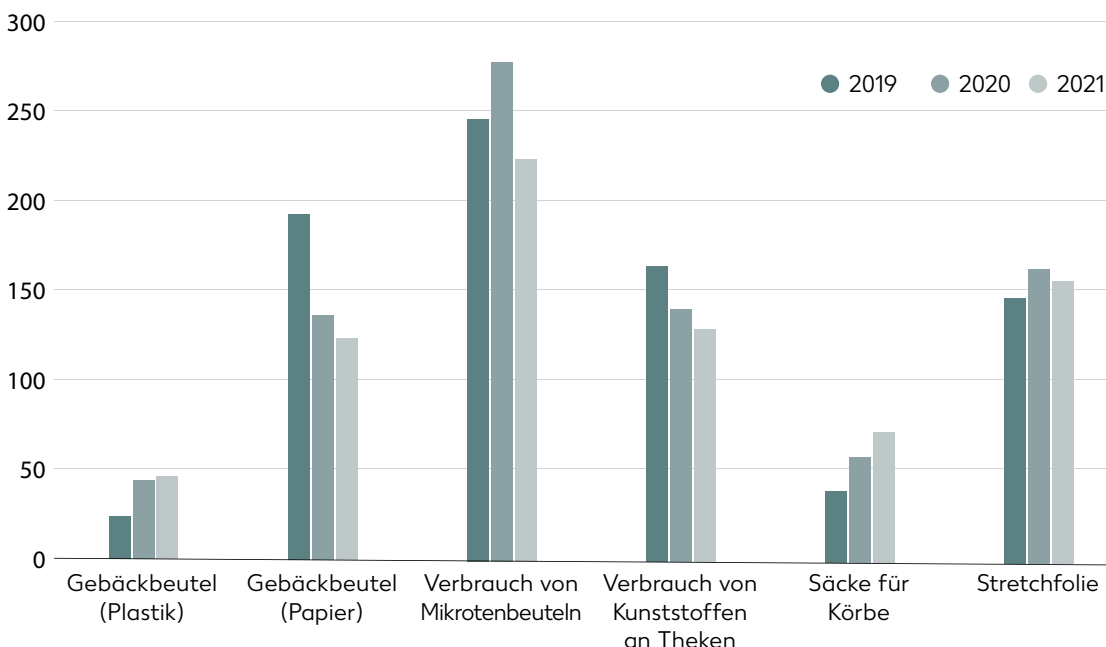
*Diese Reduktion wurde anhand einer von der SIM (Stiftung Initiative Mehrweg – The Foundation for Reusable Systems) entwickelten Umweltbilanz ermittelt, die auf einer Lebenszyklusanalyse basiert. Die Umweltkonversion basiert auf einer unabhängigen Studie, die 2009 von der Universität Stuttgart und SIM in Auftrag gegeben wurde. Diese Studie zeigt, dass die CO₂-Emissionen bei der Verwendung eines Mehrwegbehälters der Verwendung von 50-100 Einwegkartons äquivalent sind. Dank 8.895.450 Umläufe im Jahr 2020 reduzierte Kaufland Slovakia die CO₂-Emissionen um 3.005 Tonnen CO₂. Im Jahr 2021 waren es 9.349.529 Umläufe, was einer Reduktion der CO₂-Emissionen um 3.159 Tonnen entsprach.



Verbrauch von Verpackungsmaterialien in Filialen (in Tonnen/Kalendersjahr)

Nach slowakischem Recht, insbesondere nach dem Lebensmittelgesetz und dem Abfallgesetz, sind wir als Einzelhändler verpflichtet, die von uns verkauften Lebensmittel angemessen zu verpacken. Für unverpackt angebotene Lebensmittel, wie z. B.

frisch gebackene Waren oder Obst und Gemüse, sind wir verpflichtet, eine angemessene Verpackung bereitzustellen, die allen Anforderungen gerecht wird. Diese Verpackung stellen wir unseren Kunden kostenlos zur Verfügung.



Wir kämpfen gegen Einwegprodukte und unterstützen Mehrwegalternativen

An der Kasse bieten wir unseren Kunden nur wiederverwendbare Einkaufstaschen an. Wir haben die meistverkaufte leichte Einweg-Plastiktüte im Jahr 2017 und die anderen Einweg-Plastiktüten im Januar 2020 aus dem Verkehr gezogen.

WIEDERVERWENDBARE KUNSTSTOFFTASCHEN – Kunststofftaschen sind mit dem **Blauen Engel** zertifiziert



BAUMWOLLETASCHE UND NETZTASCHE – alle unsere Baumwolltaschen sind **GOTS-zertifiziert**



Im Geschäftsjahr 2021 hatten wir auch wiederverwendbare Taschen im Angebot, die jedoch nicht recycelbar sind. Wir haben beschlossen, sie nach Ausverkauf der Bestände nicht mehr zu verwenden.

WIEDERVERWENDBARE VERPACKUNGEN FÜR OBST UND GEMÜSE

EKOSIEŤKA



An den Selbstbedienungswaagen haben die Kunden die Möglichkeit, die Verpackung auszuwählen, in der sie das Obst oder Gemüse wiegen. Das Gewicht der Verpackung wird abgezogen. Viele Obst- und Gemüsesorten können auch unverpackt gekauft werden, daher ist es die erste Wahl, "unverpackt" zu kaufen. Danach folgt die Verwendung eines Öko-Netzes, einer grünen Tüte und als letzte Möglichkeit eine Plastiktüte. Auf diese Weise versuchen wir auch, unsere Kunden an das Thema der Plastikreduzierung und die Verwendung von wiederverwendbaren Alternativen anstelle von Einwegprodukten zu erinnern.



Interessante Tatsache

In den Kalendarsjahren 2020 und 2021 haben wir einen Rückgang des Verbrauchs von Mikrotenbeuteln um 19 % auf 54 Tonnen verzeichnet.

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir bis zu **106.421 wiederverwendbare Taschen für Obst und Gemüse verkauft**. Wenn die Kunden sie regelmäßig bei jedem Einkauf verwenden würden, könnten wir im Kalenderjahr 2021 bis zu **225 Tonnen Plastik einsparen**.

Unser Ziel ist es nicht, den Absatz von Mehrwegtaschen jedes Jahr zu steigern, sondern die Kunden dazu zu bringen, sie regelmäßig beim Einkaufen zu verwenden. Ein wichtiger Indikator, den wir in diesem Zusammenhang verfolgen, ist die Menge der verwendeten Mikrotenbeutel, d. h. ob diese Menge auch im Verhältnis zur Anzahl der Obst- und Gemüsekäufe zunimmt oder abnimmt.

Verpackungsfreier Einkauf im Supermarkt?

Im Geschäftsjahr 2020 haben wir in einer Filiale in Bratislava mit dem Verkauf von gezapften Bio-Drogerieartikeln begonnen. Da diese Art von Angebot bei unseren Kunden nur wenig Anklang fand, haben wir uns entschlossen, die gezapfte Drogerie aus unserem Angebot zu streichen. Wenn Kunden verpackungsfrei

einkaufen möchten, wollen sie möglichst viele verschiedene Produkte kaufen – von Wasch- und Reinigungsmitteln über Nudeln, Hülsenfrüchte und Getreide bis hin zu Trockenfrüchten und anderen Lebensmitteln. Kaufland ist heute nicht in der Lage, eine so große Auswahl an Produkten für den verpackungsfreien Einkauf anzubieten.

Nach dem Auslaufen des gezapften Öko-Drogeriesortiments haben wir das Angebot an verpackten umweltfreundlichen Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Kosmetik in unserem gesamten Filialnetz erweitert.

Gesellschaftliches Engagement für Mensch & Umwelt



**Machen
macht
den
Unterschied.**

"Deine Handlungen bewirken Veränderungen, und du musst entscheiden, welche Art von Veränderung du willst."

Jane Goodall



Martina Machánková
CSR-Projektleiterin

GRI 103

"Ein verlässlicher und unterstützender Partner für die Gemeinschaft zu sein, in der wir tätig sind, sowie fair und verantwortungsbewusst zu handeln, sind für uns wichtige Attribute. Das Motto unserer CSR-Strategie lautet "Machen macht den Unterschied", denn wir sind der Meinung, dass es konkrete Maßnahmen sind, die zur Veränderung beitragen. Im Bereich der Gemeinschaftsunterstützung basiert unsere Strategie auf langfristigen Partnerschaften, gemeinsamen Werten, gegenseitigem Vertrauen und enger Zusammenarbeit. Wir engagieren uns für Menschen in Not, insbesondere durch Projekte mit dem Slowakischen Roten Kreuz. Mit dem Projekt Frische Köpfe und den Aktivitäten im Rahmen dieses Projekts wollen wir die Ernährungsgewohnheiten von Kindern in Kindergärten und Grundschulen verbessern. Dabei unterstützt uns die Bürgervereinigung Wirklich gesunde Schule mit ihrem Fachwissen. Wir konzentrieren uns auch auf die Förderung des freiwilligen Engagements unserer Mitarbeiter und bieten ihnen jedes Jahr mehr Möglichkeiten zur Realisation in diesem Bereich. Darüber hinaus führen wir gemeinnützige Aktivitäten mit Hilfe von Projekten und Förderprogrammen unseres Kaufland-Stiftungsfonds bei der Stiftung des Zentrums für Philanthropie durch."

GRI 103

Der Bereich Soziale Verantwortung des Unternehmens obliegt dem Projektmanager für soziale Verantwortung des Unternehmens, der der Abteilung Unternehmenskommunikation angehört. Diese Abteilung befasst sich mit allgemeinen CSR-Aktivitäten und -Projekten, setzt internationale Projekte und Standards um und vertritt das Unternehmen in der Kommunikation mit dem Tertiärsektor. Sie trifft sich regelmäßig

mit Vertretern der für CSR verantwortlichen Fachabteilungen und gemeinsam treiben sie die CSR-Strategie im gesamten Unternehmen voran.

GRI 103

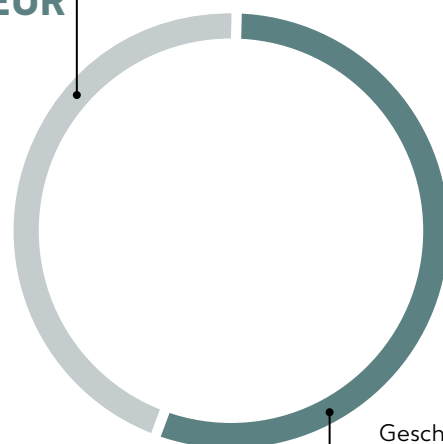
Wir überprüfen unsere Strategie zur Unterstützung der Gemeinschaft jedes Jahr, wenn wir Aktivitäten und Projekte für den nächsten Zeitraum planen.

GRI 201-1

Direkter wirtschaftliche Wert in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 Betrag in Tausend €

	Geschäftsjahr 2020	Geschäftsjahr 2021
Umsatz	1.290.727	1.379.473
Verbrauchter Wert	1.275.923	1.293.357
Kosten zur Beschaffung der verkauften Waren	917.579	967.074
Gehälter und Sozialleistungen	131.347	139.717
Sonstige betriebliche und finanzielle Aufwendungen	171.029	181.408
Zahlungen an Kapitalgeber	52.644	1.925
Zahlungen an Regierung und öffentliche Verwaltung	2.373	2.455
Investitionen in die Gemeinschaft	951	778
Gewinn ohne Dividende	14.804	86.116

Geschäftsjahr 2021

778.000 EUR

Geschäftsjahr 2020

951.000 EUR

Unsere Investitionen in Projekte zur Unterstützung von Gemeinschaften werden in erster Linie in stabile Projekte und Aktivitäten verteilt, denen wir uns verpflichtet fühlen. Viele davon setzen wir seit vielen Jahren kontinuierlich um und vervielfachen unsere Wirkung mit jedem neuen Projekt. Neben stabilen langfristigen Projekten reagieren wir auch auf aktuelle Ereignisse und die Bedürfnisse der Gesellschaft und der Menschen in der Slowakei. Ein Beweis dafür ist die deutliche Aufstockung der Unterstützung und Finanzierung für Menschen in Not während der COVID-19-Pandemie und des Kriegskonfliktes in der Ukraine.

Zusammenarbeit mit dem Slowakischen Roten Kreuz

Das Slowakische Rote Kreuz (SRK) ist seit der Aufnahme unserer Zusammenarbeit im Jahr 2014 unser langjähriger Partner. Gemeinsam gelingt es uns, sinnvolle Projekte umzusetzen, Menschen in Not zu helfen und die Strategie und die Aktivitäten des Slowakischen Roten Kreuzes als humanitäre Organisation zu unterstützen.

Außendienst des SRK

Neben Transport- und Betreuungsdiensten bieten die Sozialarbeiter des SRK vor Ort auch Sozialberatung oder die Verteilung von Kleidung und Lebensmittelhilfe an. Sie stehen bedürftigen Menschen, Menschen mit Behinderungen, Krebspatienten, Müttern mit Kindern oder Menschen zur Verfügung, die in unzugänglichem Gelände oder an Orten mit unregelmäßigem Nahverkehr leben oder die ihr zu Hause nicht ohne Hilfe verlassen können. Auf diese Weise tragen sie auch zur Beseitigung der sozialen Isolation bei.

Seit dem Start des Projekts im Jahr 2017 haben wir dem Slowakischen Roten Kreuz, auch mit Unterstützung unserer Kunden, geholfen, seine Flotte um 27 neue Fahrzeuge im Wert von fast 600.000 EUR zu erweitern. Viele von ihnen wurden speziell für den Transport von Behinderten angepasst. Die Fahrzeuge helfen in den territorialen Verbänden des SRK in der gesamten Slowakei.

Die Anschaffung der Fahrzeuge ist zwar der größte Posten, aber auch der Betrieb und die Wartung der Fahrzeuge erfordern eine erhebliche Investition. Und bei so vielen Autos, die jede Menge Kilometer zurücklegen, um zu helfen, ist das kein unbedeutender Betrag. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr beschlossen, neben den Fahrzeugen auch den Betrieb des Dienstes insgesamt zu unterstützen und einen Beitrag zum Betrieb dieser Fahrzeuge, ihrer Wartung und Ausrüstung zu leisten.

"Durch die Zusammenarbeit mit Kaufland erhält unsere Arbeit eine ganz neue Dimension. Wir sind in der Lage, mehr und häufiger zu helfen, und wir können Orte erreichen, die früher für uns schwer erreichbar waren. Dies wird nicht nur von uns, sondern auch von den Menschen, denen wir helfen, sehr geschätzt." **Zuzana Rosiarová Kesegová, Generalsekretärin des SRKs**



27

Autos



25

SRK -Verbände



889 218

**gefahrne
Kilometer**

Lebensmittelsammlung Warum tun wir das?

Jedes Jahr im Oktober, anlässlich des Welternährungstages, organisieren wir in allen unseren Filialen eine Sammlung von unverderblichen Lebensmitteln für bedürftige Menschen unter dem Namen WIR HELFEN MIT LEBENSMITTELN.



In der Slowakei waren im Jahr 2020 fast 800.000 Menschen von mindestens einer der drei Komponenten von Armut und sozialer Ausgrenzung betroffen. Obwohl ihr Anteil im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen ist, werden die Auswirkungen der Pandemie erst in künftigen Statistiken zu erkennen sein. Diese Personen befinden sich aufgrund von generationsübergreifender Armut, Verlust des Arbeitsplatzes, eigener Krankheit, Krankheit eines Familienmitglieds oder aus anderen Gründen in einer materiellen Notlage. Dies hat auch zur Folge, dass man sich nicht regelmäßig mit Grundnahrungsmitteln versorgen kann. Zusätzlich zu all diesen Faktoren dürften die Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie in den letzten zwei Jahren die Zahl der Menschen, die nicht in der Lage sind, sich mit Grundnahrungsmitteln zu versorgen, noch erhöht haben.

"Der Inhalt des Lebensmittelpakets sollte ausreichen, um mehrere warme Mahlzeiten für die ganze Familie zuzubereiten und auch die Kinder mit etwas Süßem zu erfreuen" **Zuzana Rosiarová Kesegová, Generalsekretärin des Slowakischen Roten Kreuzes**

Unsere Kunden beweisen Jahr für Jahr, dass ihnen das Schicksal anderer Menschen nicht gleichgültig ist. Dank der Sammlung von WIR HELFEN MIT LEBENSMITTELN haben wir in den letzten 8 Jahren fast 19.000 Lebensmittelpakete an Bedürftige verschickt.



8 Jahre der Projektlaufzeit



347 Tonnen an gespendeten Lebensmitteln (260 Kunden, 88 Kaufland)



18.800 Lebensmittelpakete



4.775 Freiwillige haben 26.479 Stunden gearbeitet

Im Jahr 2021 nahmen auch unsere Mitarbeiter zum ersten Mal als Freiwillige teil. Sie erfuhren von den SRK-Mitarbeitern viele interessante Informationen über ihre Aktivitäten und bekamen einen Überblick darüber, wie die gespendeten Lebensmittel verteilt werden.

"Ein ganzer Tag im Oktober in den Kaufland-Filialen ist für die Rotkreuzler zur Tradition geworden. Hunderte von ihnen nehmen an dieser landesweiten Veranstaltung teil. Die Kunden müssen oft nicht einmal gebeten werden, Lebensmittel zu spenden, sie kommen von selbst. Diese Solidarität macht uns immer glücklich. Und dann geben wir diese gute Energie durch Lebensmittelpakete weiter"

Zuzana Rosiarová Kesegová, Generalsekretärin des Slowakischen Roten Kreuzes

"Es war wunderbar, die Spender zu treffen, die nur für die Lebensmittelsammlung einkaufen kamen und einen ganzen Einkaufskorb übergaben, eine Familie mit kleinen Kindern zu treffen, die stolz die Lebensmittel auslud und sagte, dass sie auch helfen wollten... Es war toll zu sehen, wie die Spender fragten, was am wenigsten und am meisten gebraucht wird... Die Bereitschaft zu helfen ist immer noch in uns :-)"

Renáta Košút-Filiačová, Leiterin der Verwaltung des Zentrallagers in Kaufland und Freiwillige der Lebensmittelsammlung

"Am 14. Oktober 2021 haben wir unser ursprüngliches Ziel bei der Lebensmittelsammlung weit übertroffen. Sie haben uns neue Hoffnung verliehen und uns daran erinnert, dass selbst in diesen schwierigen Zeiten das Gute und die Menschlichkeit in uns weiterbestehen. Und dafür bedanke ich mich."

Dominika Vieriková, Kaufland-Einkaufsabteilung

Zusätzlich zur Lebensmittelsammlung Wir helfen mit Lebensmitteln spenden wir das ganze Jahr über Lebensmittel, wenn ein entsprechender Bedarf besteht. Für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 haben wir zur Verfügung gestellt:

Nahrungsmittelhilfe für die Slowakische Lebensmittelbank	35 Tonnen
Unterstützung der Mitarbeiter in den am stärksten frequentierten Krankenhäusern	65 Tonnen
Obst und Gemüse für Krankenhauspatienten und -personal	62 Tonnen
Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist	52 Tonnen

Frische Köpfe



Das Projekt Frische Köpfe ist das Pilotprojekt unseres Unternehmens im Bereich der gesunden Ernährung, in dem wir uns engagieren. Mit dem Projekt wollen wir mehr Obst und Gemüse in slowakische Grundschulen bringen und die Ernährungsgewohnheiten der Kinder positiv beeinflussen. Die Schulen nehmen jedes Jahr an

dem Projekt teil, indem sie sich anmelden und eine Partnerfiliale auswählen, die sie während des gesamten Schuljahres einmal pro Woche mit Obst und Gemüse versorgt, wenn sie einen Preis gewinnen. Von den insgesamt 258 für das Schuljahr 2020/2021 angemeldeten Schulen wurden die Gewinnerschulen durch eine öffentliche Abstimmung ermittelt.



70 Partnerschulen
(einschließlich
6 Sonderschulen)



fast
150.000
Schüler



wöchentlich
3 Tonnen
Obst oder Gemüse

Es ist uns gelungen, das festgelegte Ziel zu erreichen, dass jede Filiale eine Partnerschule hat.



Im Oktober 2021
erhielt das Projekt
die Schirmherrschaft
des Ministeriums für
Bildung, Wissenschaft
und Forschung
der Slowakischen
Republik.

Skutočne zdravá škola

Im Geschäftsjahr 2021 haben wir uns mit dem Burgerverein "Wirklich gesunde Schule" zusammengetan, mit dem wir an einem Projekt zur Bildung von Schülern, Eltern, Pädagogen und Mitarbeitern von Schulkantinen arbeiten, um zu einer schrittweisen Lösung des gesamtgesellschaftlichen Problems des unzureichenden Verzehrs von Obst und Gemüse bei Kindern beizutragen und die Entwicklung gesunder Essgewohnheiten zu unterstützen.

- für die Klassenstufen I und II Arbeitshefte mit interessanten Aufgaben unterschiedlichen Schwierigkeitsgrades zum Thema Ernährung erstellen



- den Wettbewerb "Zeige deine gesunde Lebensweise und gewinne!" zu organisieren, in dessen Rahmen 5 Schulen pädagogische Webinare zu den Themen Ernährungsvielfalt und Essstörungen erhalten

- der Öffentlichkeit 26 Online-Webinare zu einer Vielzahl von lebensmittelbezogenen Themen zugänglich zu machen, zu denen sich etwa 2.500 Teilnehmer angemeldet haben
- eine Umfrage der Bürgervereinigung zum Verhältnis von Grund- und Sekundarschulkindern zu einem gesunden Lebensstil unterstützen



Anetta Vaculíková
Direktorin der „Wirklich gesunden Schule“

"Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass unzureichende Ernährung die schulischen Leistungen von Kindern beeinträchtigt. Unregelmäßiges Essen macht Kinder hungrig und nervös, was sich in Konzentrationsschwäche, Gedächtnisschwäche oder Müdigkeit äußern kann. Ernährung ist eine Form der Bildung und sollte nicht auf die leichte Schulter genommen werden, da sie unser ganzes Leben beeinflusst. Schon die Kleinsten sollten wissen, woher die Lebensmittel kommen, wie sie angebaut werden und wie sie unsere Gesundheit beeinflussen. Eltern können ihnen dabei helfen, aber auch Lehrer in Kindergärten und Schulen."

"Unsere dreijährige Zusammenarbeit mit Kaufland ist eine Motivation und ein Gewinn für die Kinder. Sie lieben die Dienstag und warten immer mit Spannung darauf, welches Obst oder Gemüse sie bekommen."

Petra Kicková, Grundschule mit Kindergarten Za kasárňou in Bratislava

"Letztes Jahr haben wir uns mit großer Freude am Projekt Frische Köpfe von Kaufland teilgenommen und auch gewonnen. Jeden Dienstag warten wir sehnsüchtig und freuen uns auf eine Superdosis Vitamine in Form von frischem Obst und Gemüse."

Andrea Kuzmová, stellvertretende Schulleiterin, Grundschule in der Komenského-Straße in Svidník

"Obwohl wir unsere Schulkantinenmenüs so gestalten, dass die Schüler ausreichend Obst und Gemüse bekommen, freuen wir uns, dass sie dank des Frische Köpfe-Projekts nun regelmäßig noch mehr davon bekommen."

Viera Karovičová, Direktorin, Beňovský-Grundschule in Bratislava

Freiwilligenarbeit



Nikoleta Lörincová
CSR-Projektleiter

"Helfen ist ein natürlicher menschlicher Wesenszug. Wir motivieren unsere Kolleginnen und Kollegen aus den Filialen, aus dem Logistikzentrum und der Zentrale, sich ehrenamtlich zu engagieren und bieten ihnen verschiedene ehrenamtliche Tätigkeiten an, an denen sie wiederholt teilnehmen können. In den letzten beiden Wirtschaftsjahren haben sie mehr als 2 500 ehrenamtliche Arbeitsstunden geleistet!"



Unsere Stadt

Jedes Jahr zu Beginn des Sommers nehmen wir an der größten Aktion der Firmenfreiwilligendienste in der Slowakei teil, die von der Pontis-Stiftung organisiert wird. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir zum sechsten Mal daran teilgenommen und die Umgebung von Chorvátske rameno in Petržalka, wo sich eine unserer Filialen befindet, gereinigt.

An diesem Tag sammelten 31 engagierte Kollegen 220 kg Abfall, hauptsächlich Plastiktüten und -flaschen.

Lebensmittelsammlung Wir helfen mit Lebensmitteln

Jedes Jahr im Oktober, anlässlich des Welternährungstages, treffen sich Freiwillige aus den Reihen unserer Mitarbeiter gemeinsam mit Freiwilligen des Slowakischen Roten Kreuzes, um haltbare Lebensmittel für Menschen und Familien zu sammeln, die sich in einer schwierigen Lebenssituation befinden.

Das Ergebnis für das Jahr 2021 sind 145 unserer Mitarbeiter, insgesamt 845 Freiwillige und über 6.000 ehrenamtliche Arbeitsstunden sowie stolze 54 Tonnen gespendeter haltbarer Lebensmittel.

ODPADni

Im September 2021 haben wir unter unserer Schirmherrschaft die erste Freiwilligenaktivität gestartet, die darauf abzielt, Abfälle aus der Umwelt zu entfernen. Im ganzen Land reinigen an einem Tag Freiwillige aus unseren Filialen ihre Umgebung und einen in Zusammenarbeit mit der Stadt ausgewählten angrenzenden Bereich.

Im ersten Jahr waren 19 Filialen und auch ein Team aus der Zentrale beteiligt. Gemeinsam gingen 274 von uns ins Gelände!



Die Aktivität ist Teil unserer CSR-Strategie REset Plastic, insbesondere des Teils REmove, der sich der Entfernung von Kunststoffen aus der Umwelt widmet.

Spende ein paar Deziliter

Wir weisen jedes Jahr im Februar auf die Bedeutung von Blutspenden hin, indem wir unsere Mitarbeiter dazu motivieren, freiwillig Blut zu spenden. Im Rahmen dieser Initiative haben im letzten Wirtschaftsjahr trotz der anhaltenden Omicron-Welle 97 Mitarbeiter Blut gespendet. Insgesamt waren es 44 Liter Blut und 1 Blutplättchenentnahme.



Herbstsammlung der Kleidung

Im Oktober 2021 sammelten wir gemeinsam ausrangierte Kleidung und Hygieneartikel für das Gemeindezentrum Hnúšť'a. Das Gemeindezentrum dient als warmer Zufluchtsort für Kinder und Erwachsene aus sozial benachteiligten Verhältnissen. Kinder können dort ihre Hausaufgaben machen und Erwachsene können Sozialberatung in Anspruch nehmen. Die Sammlung half nicht nur dem Zentrum selbst. Die Kollegen, die sich engagierten, gaben ihrer Kleidung eine zweite Chance.

Freiwilligenarbeit im Geschäftsjahr 2021

Unterstützung bei der Eröffnung neuer Filialen

Mit der Eröffnung der ersten Filiale in einer bestimmten Stadt in der Slowakei wollen wir mit 1 Euro von jedem Einkauf im Wert von mindestens 20 Euro innerhalb der ersten drei Tage nach der Eröffnung der Filiale zur Verbesserung des Lebens in dieser Stadt beitragen.

Spenden von Non-Food-Waren

Jede Filiale kann Non-Food-Waren (einschließlich Heimtierbedarf) unter bestimmten Bedingungen an gemeinnützige Organisationen spenden. Zu diesen Organisationen gehören Kinder- und Familienzentren, Heime sozialer Dienste und Sozialausgabestellen, die von Städten oder Stadtbezirken betrieben werden. Bei den Tierprodukten sind es die Tierheime. **In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 haben wir 60 Tonnen solcher Waren aus unseren Filialen an Organisationen in der ganzen Slowakei gespendet.**

Kaufland-Stiftungsfond

Im Jahr 2018 haben wir den Kaufland Stiftungsfond eingerichtet, der von bei der Stiftung des Zentrums für Philanthropie verwaltet wird. In den vier Jahren seines Bestehens konnten wir viele gemeinnützige Aktivitäten in der Slowakei unterstützen. Seit 2020 ist die

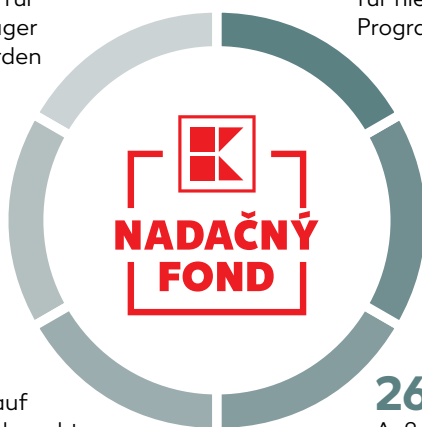
Kaufland Stiftung Mitglied im Verband der Unternehmensstiftungen, dessen Ziel es ist, wichtigen Unternehmensstiftungen ein Dach zu bieten und einen Raum zu schaffen, in dem sie sich treffen, kommunizieren, kooperieren und Erfahrungen austauschen können.



230 Bewerbungen für das Sommerlager für Kinder wurden unterstützt

50.000 EUR für gesunde Schulmahlzeiten für Kinder im Rahmen der Aktivitäten der Wirklich gesunden Schule

209 Anträge auf Unterstützung für begabte Kinder von Mitarbeitern



23 unterstützte Anträge für niedrigschwellige Programme

21 unterstützte Bewerbungen für Mitarbeiter im Rahmen des Programms Kaufland hilft

26 Fahrzeuge für die sozialen Außendienste des Slowakischen Roten Kreuzes

Seit Beginn des Kaufland-Stiftungsfonds bei der Stiftung des Zentrums für Philanthropie haben wir mit einem Gesamtbetrag von mehr als 771.000 Euro geholfen.

Zuzana Thullnerová
Treuhänderin der
Stiftung des Zentrum
für Philanthropie

Im Rahmen seiner philanthropischen Aktivitäten trägt der Kaufland-Stiftungsfonds dazu bei, dass unsere Häuser, unsere Städte und Gemeinden zu Orten der Lebensfreude werden, an denen jeder die Möglichkeit hat, ein erfülltes Leben zu führen und sein Potenzial, sein Talent, das er in sich trägt, zu nutzen. Aktive Gemeinschaften sind das beste Instrument für einen allmählichen positiven Wandel, der die Slowakei zu einem lebenswerteren Ort macht. Der Kaufland-Stiftungsfonds unterstützt zivilgesellschaftliche Organisationen und motiviert aktive Menschen, sich für das Geschehen in der Gemeinde zu interessieren, gemeinsame Lösungen für lokale Probleme zu finden und die Zusammenarbeit und Partnerschaften zwischen lokalen Subjekten zu stärken. Bei der Unterstützung von Einzelpersonen haben wir ein offenes Ohr für die Bedürfnisse von Menschen, die es im Leben nicht leicht haben, und wir legen Wert darauf, uns gegenseitig zu helfen, was wir als einen wichtigen Teil der Vertrauensbildung, des Abbaus von Vorurteilen und der Sensibilisierung für schwächere Menschen betrachten.

06 Unsere Nachhaltig- keitsstrategie



Kaufland

Rozhodují
činy.



Kaufland

#hrdidoobrovolníci

**Machen
macht
den
Unterschied.**

Der Slogan „Machen macht den Unterschied“ ist das Markenzeichen unseres Ansatzes - wir ergreifen konkrete und durchdachte Maßnahmen, die zu positiven Veränderungen führen.

Machen macht den Unterschied

Als großes multinationales Unternehmen - und nicht nur in Bezug auf unsere Größe - sind wir uns der Auswirkungen unserer Aktivitäten auf die Gesellschaft und die Umwelt bewusst. Unser Ziel ist es, unser Handeln und unsere Geschäftsentwicklung an den Grundsätzen der Nachhaltigkeit auszurichten, um künftigen Generationen die Befriedigung ihrer grundlegenden Lebensbedürfnisse zu ermöglichen und gleichzeitig die Vielfalt und die natürlichen Funktionen der Ökosysteme zu erhalten.

Der CSR-Kompass ist ein grundlegendes Dokument, das den Ansatz unseres Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit definiert. Ziel ist es, in allen Ländern, in denen Kaufland tätig ist, einen einheitlichen Ansatz für Nachhaltigkeit und andere CSR-Themen zu verfolgen. Dieses Dokument beschreibt und fasst die relevanten Vorgaben, Mindestanforderungen, Informationen, Leitlinien und Empfehlungen zusammen und dient als Leitfaden für die Entwicklung einer CSR-Strategie und die Umsetzung von Maßnahmen.

Wir setzen uns Nachhaltigkeitsziele in 7 Bereichen in Bezug auf unsere Geschäftsaktivitäten. Einige

dieser Ziele werden auf übernationaler Ebene koordiniert. Durch gemeinsame Anstrengungen und einen systematischen Ansatz können wir in bestimmten Bereichen eine positivere Wirkung erzielen und umfassende Ziele erreichen, wie sie von der Europäischen Union mit dem Europäischen Grünen Deal und der UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung festgelegt wurden. Bestimmte Ziele im Rahmen unserer CSR werden direkt von unserem in der Slowakei tätigen Unternehmen festgelegt, und zwar im Hinblick auf die Ereignisse und Ziele der Slowakei im Bereich des Umweltschutzes und die aktuellen Bedürfnisse und Erwartungen der Bürger unseres Landes.

Gesunde Ernährung



! Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Förderung eines gesunden Lebensstils und einer ausgewogenen Ernährung
- Unterstützung unserer Kunden beim bewussten Einkaufen

✓ Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Wir erweitern unser Angebot an gesunden, nachhaltigen und zertifizierten Produkten
- Wir reduzieren Salz, Zucker und Fett in Eigenmarkenprodukten
- Wir führen Projekte und Aktivitäten mit positiven Auswirkungen im Bereich der gesunden Ernährung durch

Mitarbeiter

! Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- TOP-Arbeitgeber zu sein und stabile Beschäftigungsmöglichkeiten für alle ohne Unterschied zu bieten

✓ Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Förderung der persönlichen und beruflichen Entwicklung unserer Mitarbeiter
- Schaffung eines Umfelds, in dem sich Arbeit und Privatleben miteinander vereinbaren lassen
- Gewährleistung der Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter
- Förderung von Vielfalt, Integration und fairer Behandlung
- Einen motivierenden finanziellen Ausgleich und eine breite Palette von Vorteilen bieten
- Schaffung einer Unternehmenskultur, die auf Offenheit und Teamarbeit basiert

Heimat

! Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Angebot eines breiten Spektrums lokaler und regionaler Produkte, Unterstützung und Förderung regionaler Erzeuger und Landwirte
- Unterstützung bei der Durchführung von Gemeinschaftsprojekten und -aktivitäten in der gesamten Slowakei
- Aufbau stabiler und langfristiger Partnerschaften

✓ Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Wir bieten die größte Exposition slowakischer Produkte* an und erweitern dieses Angebot ständig
- Ausweitung der Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten und Unterstützung ihres Wachstums
- Unterstützung der Projekte zur Förderung des Umweltschutzes und der kommunalen Entwicklung in der Slowakei

*Laut der GfK-Studie 2021

Klimaschutz

! Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Beitrag zum Klimaschutz in allen Bereichen unserer Tätigkeit
- Umsetzung klimafreundlicher Lösungen in unserer gesamten Lieferkette und in unseren Betrieben
- Verantwortungsvolle Bewirtschaftung und Wiederverwertung natürlicher Ressourcen
- Steigerung der Energieeffizienz

✓ Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Wir setzen uns ehrgeizige, aber erreichbare Klimaziele
- Wir bauen und renovieren unsere Filialen so, dass sie möglichst wenig negative Auswirkungen auf die Umwelt haben
- Erweiterung unserer Produktpalette um klimaneutrale Produkte



Natur



Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Schutz der Biodiversität
- Förderung ökologischer Formen der Landwirtschaft
- Plastikmenge reduzieren



Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Handeln im Einklang mit der ganzheitlichen REset Plastic-Strategie
- Wir arbeiten mit unseren Lieferanten zusammen, um den Anteil an ökologisch angebauten Pflanzen zu erhöhen
- Unterstützung der umweltfreundlichen Formen der Textilproduktion

Tierwohl



Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Förderung der guten Lebensbedingungen für Tiere
- Förderung einer verantwortungsvollen Tierhaltung



Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Unser Ziel ist es, von 2025 nur Eier aus nachhaltiger Haltung anzubieten
- Wir haben den Verkauf von lebenden Karpfen verboten
- Wir haben auf den Verkauf jeglicher Produktpalette aus Naturpelz verzichtet
- Wir haben auf den Verkauf von Enten- und Gänsefleisch aus Betrieben verzichtet, in denen die Tiere zwangsgefüttert werden

Lieferkette



Unsere Prioritäten in diesem Bereich:

- Förderung und Aufrechterhaltung fairer Geschäftspraktiken und Transparenz
- Förderung guter Arbeits- und Lebensbedingungen und Achtung der Menschenrechte
- Umweltschutz in der gesamten Lieferkette
- Aufbau und Stärkung langfristiger und für beide Seiten vorteilhafter Partnerschaften mit unseren Lieferanten



Unsere konkreten Schritte und Ziele:

- Wir unterstützen slowakische und regionale Lieferanten
- Wir gewährleisten die Einhaltung des Ethik-Kodexes
- Wir fördern die Grundsätze, die im UN Global Compact und in der Erklärung über die Achtung der Menschenrechte in globalen Wertschöpfungs- und Lieferketten dargelegt sind



Die Themen Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstes Unternehmertum sind auch in der Slowakei von Bedeutung. Dies geht auch aus den Ergebnissen der Umfrage **Zodpovedné podnikanie firiem 2021/ Verantwortungsvolle Unternehmenstätigkeit der Firmen 2021** hervor, die vom Business Leaders Forum in Zusammenarbeit mit der Agentur FOCUS durchgeführt wird. **Der Umfrage nach ist die Mehrheit der Befragten (91 %) der Meinung, dass „die Unternehmen neben der Erzielung von Gewinnen auch über das Gesetz hinausgehen sollten, d. h. die Umwelt schützen, sich um die Mitarbeiter kümmern, die umliegende Gemeinschaft unterstützen und transparent und offen über ihre Aktivitäten kommunizieren“.** Wir freuen uns sehr, dass Kaufland zu den drei Unternehmen gehört, die von den Einwohnern der Slowakei als sozial verantwortlich wahrgenommen werden. Im Vergleich zu den Ergebnissen der gleichen Umfrage aus dem Jahr 2017 haben wir uns verbessert, was für uns eine große Motivation für die Zukunft und die Wertschätzung unserer Aktivitäten durch die Menschen in der Slowakei ist.



Wir sind uns auch der Risiken bewusst

GRI 102-11 Wir sind uns darüber im Klaren, dass unsere Geschäftsaktivitäten und unsere Expansion viele Risiken mit sich bringen. Indem wir die Grundsätze der Nachhaltigkeit respektieren, können wir uns jedoch weiterentwickeln und gleichzeitig ein verantwortungsbewusstes Unternehmen und ein verantwortungsvoller Arbeitgeber sein. Deshalb berücksichtigen wir bei jeder Entscheidung unser Handeln, um mögliche Schäden für die Umwelt und die menschliche Gesundheit zu vermeiden. Das Vorsorgeprinzip, das in der Erklärung über Umwelt und Entwicklung der UN-Konferenz von 1992 in Rio de Janeiro verankert ist, ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

GRI 102-15 In unserer täglichen Arbeit gibt es viele und oft unerwartete Herausforderungen. In den letzten zwei Jahren gab es in der Tat viele dieser Veränderungen - die COVID-19-Pandemie und ihre Folgen haben unsere Arbeitsweise beeinträchtigt und unsere Fähigkeit zur schnellen Anpassung an mehreren Fronten auf die Probe gestellt. Die Grenzen der Verfügbarkeit und der Erschöpfung der natürlichen Ressourcen waren deutlicher denn

Die Gewinnung hochwertiger und qualifizierter Mitarbeiter wird von Jahr zu Jahr schwieriger und erfordert von den Arbeitgebern mehr Investitionen - sowohl in Zeit als auch in Geld.

je, Gesetze und Vorschriften änderten sich von Tag zu Tag, die Preise schwankten, die Menschen erlebten Angst und Unsicherheit. Neben der Sicherstellung des täglichen Betriebs unserer Filialen haben wir uns auch mit Fragen der Sicherheit unserer Mitarbeiter und Kunden auseinandergesetzt. Neben solchen vorübergehenden Einschränkungen gibt es auch langfristige Risiken, die unsere Produktpalette, unsere Produktion und unsere Geschäftstätigkeit in Zukunft beeinträchtigen können. Dazu gehören zum Beispiel der Mangel an Süßwasser, die Bevorzugung von Monokulturen und der Rückgang und Verlust der biologischen Vielfalt. Die Auswirkungen des Klimawandels in Form von Wetterextremen und Naturkatastrophen können sich negativ auf unser Geschäft auswirken, das stark vom guten Funktionieren der Landwirtschaft abhängt. In bestimmten Regionen der Slowakei beobachten wir schon seit längerem einen Mangel an qualifizierten Arbeitskräften.



Scorecards

Unser Ziel	SDG Ziel	Referenzjahr
Nachhaltige Landwirtschaft		
Ab Januar 2022 werden wir das gesamte Sortiment Obst und Gemüse ausschließlich aus nachhaltigem und zertifiziertem Anbau anbieten.		-
Ab März 2022 werden wir das gesamte Sortiment an Pflanzen und Blumen ausschließlich aus nachhaltigem und zertifiziertem Anbau anbieten.		-
Sozialstandards, Arbeits- und Lebensbedingungen in Landwirtschaft und Rohstoffabbau		
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.		-
Ausschluss tierquälerischer Haltungsbedingungen/Tierversuche		
Spätestens bis Kalenderjahr 2025 werden wir keine Eier aus Käfighaltung mehr beziehen. Dies gilt auch für Eier, die in Produkten unserer Eigenmarken verwendet werden.		-



Ressourcen & Landwirtschaft

Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
01/ 2022		Der Termin wurde auf Januar 2023 verschoben, da kleinere slowakische Hersteller eine so komplexe Zertifizierung nicht in der vorgegebenen Zeit erfüllen konnten.
03/ 2022		
03/ 2020		
01/ 2026		Im Jahr 2021 lag der Anteil von Eiern aus Alternativzuchten am angebotenen Eiersortiment bei 87 %.

Transparente Offenlegung von Informationen und Berichterstattung über die Erreichung der Ziele

Wir berichten wahrheitsgemäß und transparent über alle unsere Aktivitäten und Ziele. Deshalb haben wir uns entschlossen, in unseren Nachhaltigkeitsberichten regelmäßig darüber zu berichten, wie wir bei der Erreichung von Zielen vorankommen, die nicht zu den materiellen Themen dieses Berichts gehören. Es handelt sich dabei um die

Ziele, die wir uns im letzten Bericht gesetzt haben, oder um andere Ziele, die wir der Öffentlichkeit oder unseren "Stakeholdern" mitgeteilt haben. / unsere interessierten Parteien/ Wir halten es daher für angemessen, darüber zu berichten, wie wir bei der Erreichung dieser Ziele vorankommen und auf welche Hindernisse wir stoßen.

Unser Ziel

SDG Ziel

Referenzjahr

Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion

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



-

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.



-

Förderung heimischer, regionaler Produkte

Bis Ende des Geschäftsjahres 2020 erweitern wir signifikant das Sortiment der slowakischen Produktreihe Aus Liebe zur Tradition (Z lásky k tradícii).



03/2019 – 02/2020

Im Geschäftsjahr 2022 erhöhen wir den Umsatz bei 100 % slowakischem Rind - und Schweinefleisch um 50 %.



03/2019 – 02/2020

Bis Ende des Geschäftsjahres 2022 erhöhen wir die Menge lokaler Produkte um 50 % und sie werden in allen Filialen vertreten sein.



03/2019 – 02/2020

Bis Ende des Geschäftsjahres 2022 werden wir ganzjährig Lammfleisch aus der Slowakei in allen Filialen anbieten.



Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 werden wir das Produktsortiment der nationalen Eigenmarke K-Z lásky k tradícii um mindestens 60 Produkte erweitern.



03/2021 – 02/2022

Bis Ende des Geschäftsjahres 2024 wollen wir den Anteil von angebotenem slowakischem Obst und Gemüse, das man in der Slowakei anbauen kann, auf 50 % erhöhen.



03/2019 – 02/2020

Grüne Logistik

Wir starten das Projekt für umweltfreundliche Logistik mit dem ersten LKW mit LNG-Antrieb und sparen damit 20 % CO₂-Emissionen pro Fahrt im Vergleich zu herkömmlichen Diesel-LKW.



Im Zeitraum bis 03/2023 planen wir die Durchführung eines Audits mit dem Ziel, die aktuelle Funktionsweise unseres Transports zu bewerten und Möglichkeiten für eine ökologischere Option zu finden.





Lieferkette & Verarbeitung

Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
03/ 2020		
01/ 2022		Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte ist für uns das wichtigste. Aufgrund von Herausforderungen bei den Rezepturen, den damit verbundenen Eigenschaften sowie der Verfügbarkeit der entsprechenden Rohstoffe ist es noch nicht vollständig gelungen, alle Neuentwicklungen bis Ende 2021 auf den Markt zu bringen. An weiteren Umstellungen, für die zum Teil zunächst Lösungen am Markt entwickelt werden müssen, arbeiten wir ebenfalls eng mit unseren Lieferanten zusammen.
03/ 2021		
03/2022 – 02/2023		Das Ziel im Bereich der Umsatzsteigerung bei Schweinefleisch haben wir schon früher erreicht, an der Zielerreichung bei Rindfleisch arbeiten wir noch (siehe Seite 72 dieses Berichts).
03/ 2023		Wir sind auf einem guten Weg, unser gesetztes Ziel zu erreichen, die Anzahl der regionalen Produkte bis zum Ende des Wirtschaftsjahres 2022 im Vergleich zum Wirtschaftsjahr 2019 um 50 % zu erhöhen und in allen Filialen vertreten zu haben. Regionale Produkte sind derzeit in allen unseren Filialen vertreten. (siehe Seite 77 dieses Berichts).
03/ 2023		Erhältlich auf dem gesamten Markt, insbesondere in der Saison, je nach Verfügbarkeit der Ware von slowakischen Erzeugern.
03/2024	Neues Ziel	
03/ 2025		Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis zum Ende des Wirtschaftsjahres 2024 die Menge an Obst und Gemüse, die in der Slowakei angebaut werden kann, auf 50 % der im Wirtschaftsjahr 2019 angebotenen Menge zu erhöhen. Dieses Ziel haben wir bereits im Wirtschaftsjahr 2021 erreicht.
03/2020 – 02/2021		Unser Ziel ist es, unseren Fuhrpark schrittweise um umweltfreundliche Fahrzeuge zu erweitern. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir ein weiteres LNG-Fahrzeug im Testbetrieb eingesetzt.
03/2022 – 02/2023	Neues Ziel	

Unser Ziel	SDG Ziel	Referenzjahr
Betrieblicher Umweltschutz		
Bis Ende des Geschäftsjahres 2021 wollen wir den Energieverbrauch um 1 % (in kWh/m ² 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.		03/2019 – 02/2020
Wir tauschen in allen Filialen die klassische Beleuchtung mit hohem Verbrauch gegen neue sparsame LED-Beleuchtung aus.		-
Einhaltung der Energiemanagementzertifizierung ISO 500001.		
Sammelbehälter für gebrauchtes Speiseöl werden für Kunden in allen Filialen verfügbar sein.		
Wir senken die Menge an BIO-Abfall pro Filiale bis Ende des Geschäftsjahres 2022 um 20 %.		03/2019 – 02/2020
Bei jeder neu gebauten Filiale werden wir Fahrradboxen für die Mitarbeiter und, wenn Radwege im jeweiligen Gebiet ausgebaut werden, auch für die Kunden realisieren.		
Durchführung von Photovoltaikanlagen in jeder neuen Filiale ab 01/2023 und im Logistikzentrum in Ilava.		
Beim Neubau von Filialen können wir durch den Einbau von Wärmepumpen und einem WRG-Modul zur Wärmerückgewinnung durchschnittlich ca. 90 t CO ₂ pro Jahr in einer Filiale im Vergleich zum Einsatz einer Erdgastherme einsparen. In allen neuen Filialen werden wir Wärmepumpen installieren.		
ZERO WASTE – Unser Ziel ist es, die Menge an Komunalabfällen aus unserer eigenen betrieblichen Tätigkeit auf maximal 5 % zu reduzieren und die Zero Waste-Zertifizierung nach der technischen Spezifikation DIN Spec 91436 zu erlangen.		
Realisierung des Pilotprojekts der Holzfiliale in Bratislava Záhorská Bystrica.		



Betrieb & Prozesse

Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
03/ 2021		
03/ 2022 a dalej		Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts verfügen wir bereits über LED-Beleuchtung in allen unseren Filialen, womit wir unser gesetztes Ziel bereits im Vorfeld erreicht haben.
03/2022 a dalej		
02/ 2022 a dalej		
02/ 2023		
03/2022 a dalej	Neues Langfristiges Ziel	
01/2023	Neues Ziel	
01/2026	Neues Ziel	
03/2024	Neues Ziel	
	Neues Ziel	

Unser Ziel

SDG Ziel

Referenzjahr

Wir werden Gründächer auf mindestens drei neuen Filialen errichten.



Wir werden bis spätestens 2025 ein klimaneutrales* Unternehmen.



Um unsere Emissionen aus unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) zu reduzieren, verpflichten wir Lieferanten, die für 80 % der produktbezogenen Emissionen verantwortlich sind, sich bis 2026 Klimaziele nach der Methodik der SBTi zu setzen.



Unsere betriebsbedingten Emissionen (Scope 1 und 2) werden wir von 2019 bis 2030 um über 80 % reduzieren.



01-12/2019

Verantwortungsvoller Arbeitgeber

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.



Lohnumfrage und Analyse der Lohnbedingungen und Benefits.



Aktualisierung der Löhne und Benefits und Bewertung der Änderungseffektivität.



Einführung eines flexiblen Vorteilssystems (Cafeteria).



Durchführung einer internen EVP-Umfrage (Employee Value Proposition) zur Feststellung von Mitarbeiterpräferenzen.



11/2022

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.



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.



Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
03/2024	 Neues Ziel	
01/2025	 Neues Ziel	
01/2026	 Neues Ziel	Im Rahmen unseres Engagements haben wir in diesem Jahr auch eine Videokonferenz für Lieferanten abgehalten, bei der wir ihnen den gesamten Prozess erklärt haben und zusammen mit einem externen Unternehmen eine Plattform ausgebaut haben, auf der wir gemeinsam das Ziel und den Fortschritt bei der Erfüllung verfolgen können.
01/2030	 Neues Ziel	Durch die Umstellung auf die Nutzung von Strom aus erneuerbaren Quellen haben wir eine erhebliche Menge an CO2-Emissionen in Scope 1+2 eingespart.
03/2022 and beyond	 Langfristiges Ziel	Ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, ist unser langfristiges Ziel, und schrittweise setzen wir Aktivitäten um, um dieses Ziel zu erreichen.
03/2020 – 02/2021		Das Ziel wurde erreicht. Um das langfristige Ziel zu erreichen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, führen wir diese Befragung mindestens einmal pro Jahr durch.
03/2021 – 02/2022		Das Ziel wurde erreicht. Um das langfristige Ziel zu erreichen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, führen wir diese Befragung mindestens einmal pro Jahr durch.
03/2023	 Neues Ziel	
03/2023	 Neues Ziel	
03/2022 and beyond	 Langfristiges Ziel	Mitarbeiterentwicklung ist unser langfristiges Ziel, und wir implementieren schrittweise Programme, die darauf abzielen, dieses Ziel zu erreichen.
03/2020 – 02/2021		Das Ziel wurde im Rahmen der Erfüllung des langfristigen Ziels, Mitarbeiter und deren Kompetenz zu entwickeln, teilweise erreicht.
03/2020 – 02/2021		Das Ziel wurde im Rahmen der Erfüllung des langfristigen Ziels, Mitarbeiter und deren Kompetenz zu entwickeln, erreicht.

Unser Ziel	SDG Ziel	Referenzjahr
Erstellung eines Programmes zur Förderung von Frauen in Führungspositionen.		
Erstellung und Durchführung eines Programms für WBL und HL mit dem Ziel, das Verständnis für Querschnittsprozesse in einzelnen Bereichen zu vertiefen und Kompetenz zu steigern.		
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.		
Erstellung eines Programmes zur Förderung von Frauen in Führungspositionen.		
Analyse des Diversity Index.		11/2022
Schaffung eines Programms zur Unterstützung von Diversität / Vielfalt und Inklusion.		11/2022
Einführung eines Tools zur Verfolgung der Gehaltsgerechtigkeit (Pay-Gap-Analyse). Regelmäßige jährliche Auswertung.		07/2022
Unseren Mitarbeitern wollen wir ständig bessere Arbeitsbedingungen bieten und sie bei ihrer Work-Life-Balance unterstützen.		
Korruptionsbekämpfung / Compliance		
Unsere Mitarbeiter weiter zu schulen und ihnen praktische Informationen und effektive Kommunikation zu Compliance-Themen bereitzustellen.		
Regelmäßige interne (mindestens alle 2 Jahre) Bewertung und Kommunikation von Compliance-Aufgaben und -Themen.		

Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
03/2021 – 02/2022		Das Ziel wurde im Rahmen der Erfüllung des langfristigen Ziels, Mitarbeiter und deren Kompetenz zu entwickeln, erreicht.
03/2023 – 02/2024	 Neues Ziel	
03/2022 and beyond	 Langfristiges Ziel	Die Förderung von Vielfalt / Diversität ist unser langfristiges Ziel und wir setzen schrittweise Aktivitäten um, die darauf abzielen, dieses Ziel zu erreichen.
03/2021 – 02/2022		Wir arbeiten noch daran, dieses Ziel zu erreichen.
02/2023	 Neues Ziel	
02/2023	 Neues Ziel	
07/2023	 Neues Ziel	
03/2022 and beyond	 Langfristiges Ziel	Gute Arbeitsbedingungen und Work-Life-Balance sind unser langfristiges Ziel, zu dessen Erfüllung wir systematisch Maßnahmen ergreifen und Aktivitäten umsetzen.
	 Langfristiges Ziel	
03/2022 and beyond	 Langfristiges Ziel	

Unser Ziel	SDG Ziel	Referenzjahr
Ausbau nachhaltiges Sortiment		
Bis Ende des Kalenderjahres 2021 werden sämtliche Textilprodukte aus Baumwolle unter unseren Eigenmarken aus Biobaumwolle und GOTS zertifiziert sein.		
Erhöhung der Anzahl von Bioprodukten im Sortiment um 50 % bis Ende des Geschäftsjahres 2022.		03/2019 – 02/2020
Unser Ziel ist es, dass unsere kakaohaltigen Eigenmarkenprodukte ab 2023 ausschließlich zertifizierten Kakao (Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance, BIO) enthalten.		
Bis Ende des Geschäftsjahres 2022 erweitern wird das vegane und vegetarische Sortiment um 50 %.		03/2019 – 02/2020
Umweltfreundliche Verpackungen		
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.		
Bis Ende des Geschäftsjahres 2021 beseitigen wir schwarze Kunststoff in allen Eigenmarkenverpackungen.		
Einführung der wiederverwendbaren Beutel für Brot und Gebäck.		
Unser Ziel ist es, bis Ende des Kalenderjahres 2025 100 % unserer Eigenmarkenverpackungen maximal recyclingfähig zu machen und 20 % weniger Plastik zu verwenden.		
Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 durchschnittlich 25 % Recyclinganteil in den Verpackungen unserer Eigenmarkenprodukte zu verwenden.		



Kunde & Gesellschaft

Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
01/2022		Aufgrund des aktuellen Problems bei der Verfügbarkeit von Bio-Baumwolle bieten wir in unserem Aktionssortiment auch Produkte aus konventioneller, aber nachhaltig angebauter Baumwolle an.
03/2021 – 02/2022		Im Geschäftsjahr 2021 gab es gegenüber dem Geschäftsjahr 2019 eine Steigerung von 128 % bei BIO-Produkten.
01/2023	Neues Ziel	
03/2023		
03/2020 – 02/2021		Das Ziel wurde erreicht, aber aufgrund der geringen Kundeninteresse haben wir das Projekt abgebrochen.
03/2020 – 02/2021		Das Ziel wurde erreicht. Durch das Entfernen des Plastikdeckels konnten wir bis zu 4 Tonnen Plastik pro Jahr einsparen.
03/2022		Das schwarze Plastik wurde nur in den Becher der Proteinpuddings unserer eigenen Marke belassen.
03/2022 – 02/2023	Neues Ziel	
01/2026		Im Kalenderjahr 2020 haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe bis zu 21 % Kunststoff für die Verpackungen unserer Eigenmarken eingespart, im Kalenderjahr 2021 bis zu 27 % gegenüber 2018. In der Slowakei betrug die Einsparung im Jahr 2020 9 % und im Jahr 2021 15 %. Die Recyclingfähigkeit der Verpackungen unserer Eigenmarkenprodukte lag in der Slowakei im Jahr 2021 bei 30 %.
01/2026	Neues Ziel	Im Kalenderjahr 2021 haben wir in der Slowakei durchschnittlich 8 % Recyclinganteil in der Verpackung unserer Eigenmarkenprodukte verwendet.

Unser Ziel

SDG Ziel

Referenzjahr

Gesellschaftliches Engagement für Mensch & Umwelt

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



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



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



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



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



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



Umsetzung eines Projektes für Kunden zur Unterstützung des Pfand-Systems von Plastikflaschen und der damit verbundenen Folgeninvestition in die Umwelt.



Unterstützung des freiwilligen Engagements der Mitarbeiter und Einführung einer Richtlinie im Bereich des freiwilligen Engagements.



Erweiterung der Aktivitäten zur Förderung gesunder Ernährung, vor allem für Kinder in Schuleinrichtungen.



Zieljahr	Fortschritt	Beschreibung
03/2020 – 02/2021		Das Programm wurde mit positivem Anklang gestartet und wir haben bereits 2 Jahre durchgeführt. Wir planen, auch weiterhin niederschwellige Einrichtungen zu unterstützen.
03/2020 – 02/2021	 Langfristiges Ziel	Im Schuljahr 2020/2021 hatte jede Filiale eigene Partnerschule. Im Schuljahr 2022/2023 haben wir auch Kindergärten in das Projekt aufgenommen und damit das Projekt um eine weitere Gruppe von Kindern erweitert. Allerdings bewarb sich bei einer Filiale keine Partnerschule. Unser Ziel ist es, in Zukunft für jede Filiale eine Partnerschule und einen Partnerkindergarten zu haben, daher haben wir uns das Ziel langfristig gesetzt.
03/2021 – 02/2022		Realisiert in 09/2021, Wir haben die Veranstaltung 2022 wiederholt und planen sie auch für die Folgejahre.
03/2021 – 02/2024		Gemeinsam mit unserem Partner Slowakisches Rotes Kreuz haben wir im Oktober 2021 eine traditionelle Lebensmittelsammlung organisiert. Leider ging dieser Plan im März 2022 aufgrund der schwierigen Situation bezüglich der COVID-Pandemie und des Kriegsausbruchs in der Ukraine nicht auf. Wir haben unsere Mitarbeiter eingebunden und tun dies auch weiterhin. Wir verlängern das Ziel auf die nächste Periode und möchten es so schnell wie möglich erfüllen.
02/2022		Derzeit haben wir 67 von 74 Filialen beteiligt. Aufgrund der strengen gesetzlichen Anforderungen für berechnigte Organisationen haben wir diese nicht bei allen Filialen.
03/2022 a dalej		Derzeit haben wir 72 von 74 Filialen beteiligt. Aufgrund der strengen gesetzlichen Anforderungen für berechnigte Organisationen haben wir diese nicht bei allen Filialen.
03/2023	 Neues Ziel	
03/2023	 Neues Ziel	
03/2024	 Neues Ziel	

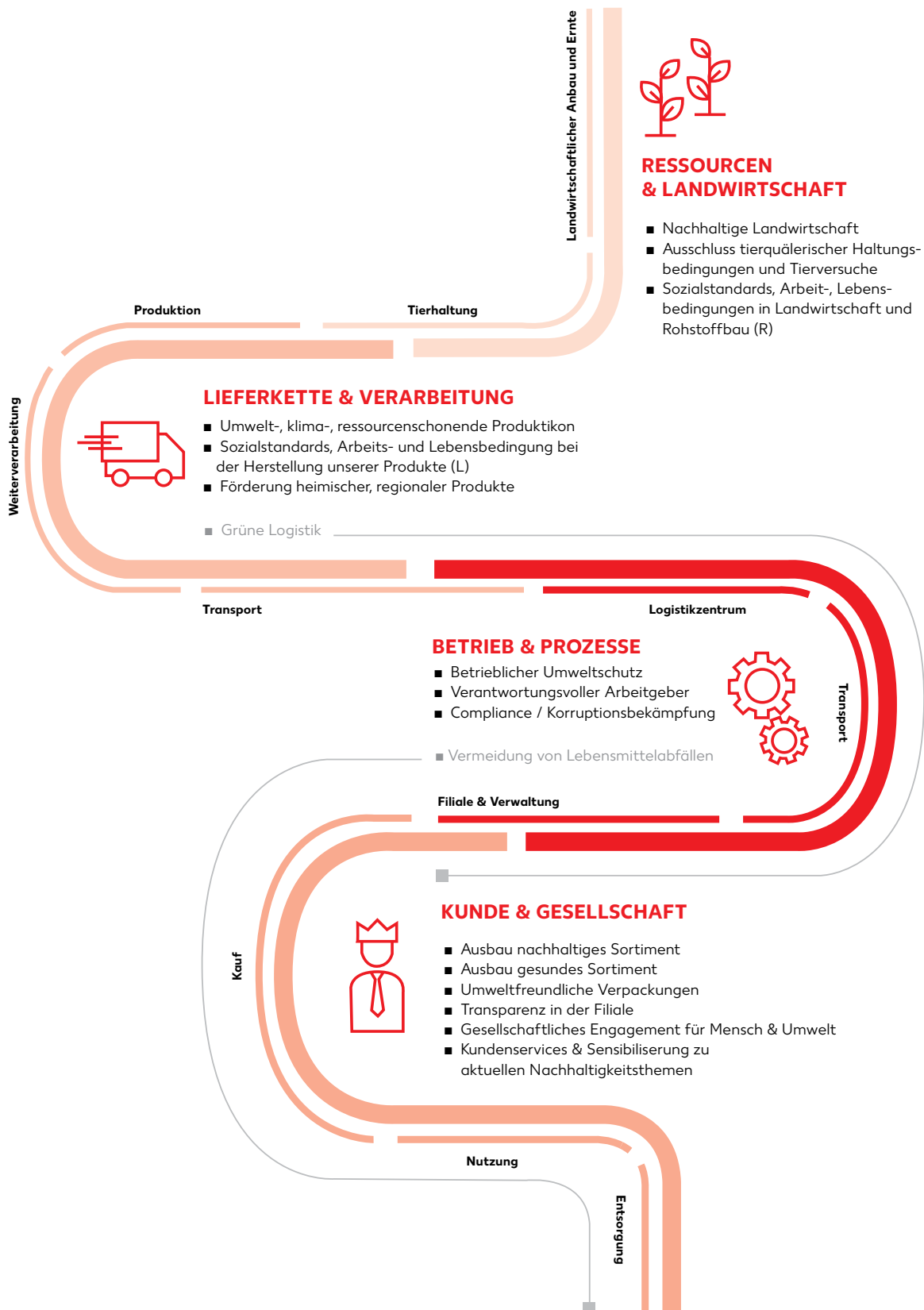


Modell der Rechenschaftspflicht

GRI 102-46, GRI 102-49 Das Verantwortungsmodell ist für alle Unternehmen der Kaufland-Gruppe das gleiche. Es bildet die Grundlage für unsere CSR-Strategie und ermöglicht eine einheitliche Berichterstattung über nachhaltigkeitsbezogene Aktivitäten. In der gesamten Wertschöpfungskette unseres Unternehmens haben wir direkten und indirekten Einfluss auf die Aktivitäten der einzelnen Komponenten. Außerdem können diese Auswirkungen in verschiedenen Bereichen positiv oder negativ sein. Und auf die Bewertung dieser Auswirkungen konzentrieren wir uns regelmäßig und bewerten, wo wir uns stärker engagieren sollten, um zu den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Das Rechenschaftsmodell kann dann angepasst werden, um diese Aktivitäten zu berücksichtigen.

Im Vergleich zu 2019, dem Jahr, für das wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht haben, wurde unser Rechenschaftsmodell

vereinfacht und aktualisiert. Von den ursprünglichen 7 Themen wurden die einzelnen Themen in 4 Bereiche unterteilt - natürliche Ressourcen und Landwirtschaft, Lieferkette und Verarbeitung, Betrieb und Prozesse, Kunden und Gesellschaft. Das Thema "Reduktion und Vermeidung von Chemikalien und Schadstoffen im Produktionsprozess" wurde natürlich in das ursprüngliche und aktuelle Thema "Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Produktion" integriert. Das Thema "Sozialstandards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktion und der Lieferkette" wurde in zwei Themen unterteilt - "Sozialstandards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Landwirtschaft und der Rohstoffgewinnung" und "Sozialstandards, Arbeits- und Lebensbedingungen in der Produktherstellung". Wir haben auch ein neues Thema im Bereich Operationen und Prozesse hinzugefügt - Compliance / Korruptionsbekämpfung.





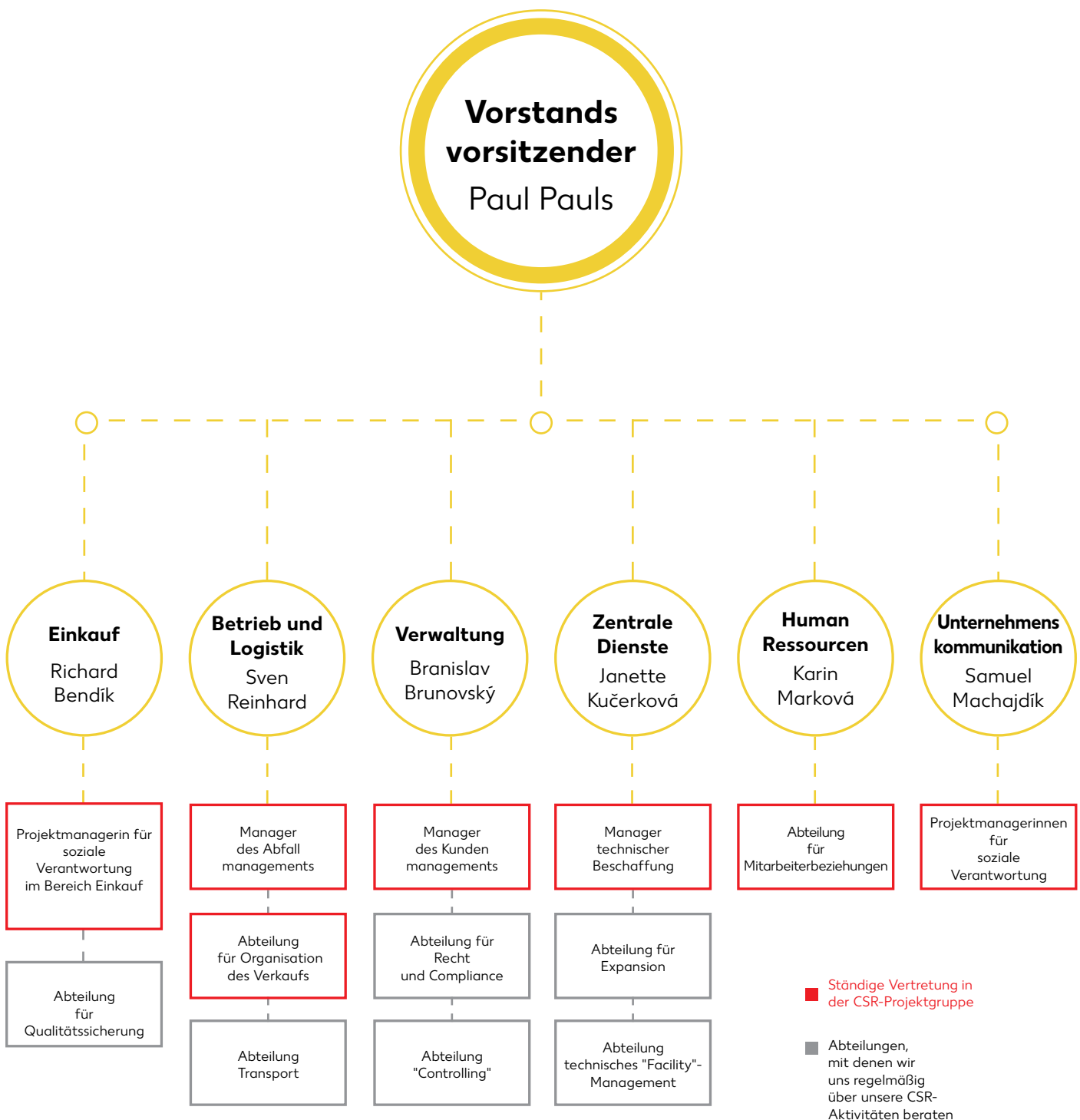
Unser CRS-Team

GRI 102-20 *Die oberste Führungsebene ist direkt für die Nachhaltigkeitsstrategie in unserem Unternehmen verantwortlich. Durch die Zusammenarbeit mit dem breiteren CSR-Team aus bestimmten Bereichen wird außerdem sichergestellt, dass unsere Strategie auf unsere geschäftliche Haupttätigkeit abgestimmt ist. Die Hauptverantwortung für alle unsere Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten liegt bei unserem Vorstandsvorsitzenden Paul Pauls.*

GRI 102-18, GRI 102-19 Die Umsetzung unserer CSR-Strategie in die Praxis und die damit verbundene Kommunikation mit den interessierten Parteien obliegt der Abteilung Unternehmenskommunikation, zu der auch ein Projektmanager für soziale Verantwortung gehört. Innerhalb unseres Unternehmens sind Vertreter der einzelnen Bereiche und Experten für Nachhaltigkeitsthemen in einer CSR-Projektgruppe zusammengeführt, in der wir regelmäßig Trends und

Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit diskutieren. Der CSR-Projektmanager ist für die Organisation dieser Treffen und die Vermittlung von CSR-Themen verantwortlich und stellt das Bindeglied zwischen der Muttergesellschaft Kaufland und unseren Mitarbeitern dar. Alle in der CSR-Projektgruppe vereinbarten Maßnahmen und Ziele werden anschließend der Unternehmensleitung vorgestellt und regelmäßig evaluiert.

Leistungsstruktur und Mitglieder des CSR-Teams



Einbeziehung der interessierten Parteien - Stakeholder

Der Erfolg unseres Unternehmens hängt unmittelbar von der Qualität der Beziehungen zu unseren Stakeholdern ab. Dazu gehören unsere Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Interessen- oder politische Verbände. Sie kaufen bei uns ein, arbeiten für uns, sie produzieren für uns, informieren uns und sie fordern uns heraus. Diese Beziehungen sind für die Durchführung unserer Geschäfte und die Verwirklichung unserer aktuellen und zukünftigen Pläne von wesentlicher Bedeutung.

GRI 102-21 Die Kommunikation mit den Stakeholdern erfolgt in beide Richtungen. Der Vorstandsvorsitzende, der Leiter der Unternehmenskommunikation und der

Projektmanager für soziale Verantwortung treffen sich das ganze Jahr über regelmäßig mit verschiedenen Bürgervereinigungen und gemeinnützigen Organisationen. Im Rahmen der regelmäßigen Treffen stehen sie auch im Dialog mit wichtigen Partnern im Lebensmittelsektor, wie Slovenská aliancia moderného obchodu/die Slowakische Allianz für modernes Geschäft, Iniciatíva pre férový obchod/Initiative für faires Geschäft, Potravinárska komora Slovenska/Slowakische Kammer für Lebensmittel und Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung der Slowakischen Republik.

GRI 102-43 Wir informieren alle Beteiligten regelmäßig über unsere Ziele und wie wir sie erreichen. Dazu nutzen wir verschiedene Methoden wie Nachhaltigkeitsberichte, Pressemitteilungen, PR-Artikel oder Kundenbroschüren, die Kaufland-App, Websites, Intranetportale und die Kaufland-App für unsere Mitarbeiter. Wir nehmen an einer Reihe von Veranstaltungen und persönlichen Treffen teil, um unser Fachwissen und unsere Erfahrungen weiterzugeben und anderen Teilnehmern zu ermöglichen, uns Feedback zu geben. Wir bewerten die Relevanz von uns festgelegter Nachhaltigkeitsthemen in regelmäßigen Abständen (mindestens alle zwei Jahre) im Rahmen unserer Stakeholder-Befragung. Auf der Grundlage der Ergebnisse dieser Umfrage und des konstruktiven Feedbacks gestalten wir dann unsere Nachhaltigkeitsstrategie.

GRI 102-44 *Zu den wichtigsten Themen für externe Stakeholder gehören in diesem Jahr die Förderung heimischer Produkte und umweltfreundlicher Verpackungen. Die Themen Erweiterung der nachhaltigen Produktpalette und Umweltschutz im Betrieb gewinnen an Bedeutung. Auch andere Themen aus dem Bereich der Ökologie werden in diesem Jahr als relevanter eingestuft, was darauf schließen lässt, dass externe Stakeholder ein größeres Interesse am Umweltschutz haben. Umgekehrt nimmt die Relevanz des Themas soziales Engagement und Projektdurchführung für die Gemeinden bei allen Beteiligten deutlich ab.*

Erstmals haben wir eine Stakeholder-Befragung im Jahr 2018 durchgeführt, als wir mit der Arbeit an unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht begannen. Im Zuge der Vorbereitung des zweiten Berichts im Jahr 2021 haben wir diese Umfrage wiederholt, um festzustellen, inwieweit sich die Ansichten und Bedürfnisse der interessierten Parteien in den letzten zwei Jahren verändert haben. Unser Ziel war es, sicherzustellen, dass die Strategie und die Ziele, die wir uns für unsere unternehmerische Verantwortung gesetzt haben, weiterhin mit den Erwartungen und Bedürfnissen unserer wichtigsten Stakeholder übereinstimmen. Wir haben die in der Umfrage gesammelten Informationen in diesem Bericht zusammengefasst und reflektiert.

Kommunikation mit den wichtigsten Partnern

GRI 102-42 Auf der Grundlage der Analyse unserer Geschäftstätigkeit und der fachlichen Einschätzung des CSR-Teams auf internationaler Ebene haben wir aus allen unseren Stakeholdern (siehe im weiteren Text) vier Gruppen ausgewählt, die wir für besonders wichtig halten, daher wurden ihre Ansichten bei der Entwicklung der Relevanzmatrix, der Auswahl der wichtigsten Themen und der Erstellung dieses Berichts berücksichtigt. Diese Gruppen sind Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und der gemeinnützige, öffentliche und staatliche Sektor.

GRI 102-40, GRI 102-43

Interne Stakeholder



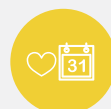
MITARBEITER



Mitarbeiterbe-
fragungen



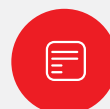
Intranet
Connect



Gesund-
heitska-
lender



Kaufland
Mitarbeiter App



Pinnwände,
Gestelle,
Poster
und Flugblätter



Thematische
Online-
Sitzungen,
K-Talks



CSR-Projekt-
gruppe



Ausbildung



Infotag für
neue
Mitarbeiter



Treuhänder

GRI 102-40, GRI 102-43

Externe Stakeholder



KUNDEN



LIEFERANTEN



**GEMEINNÜT-
ZIGE ORGA-
NISATIONEN**



**REGIERUNG UND
ÖFFENTLICHER
SEKTOR**



MEDIEN



BANKEN



**ÖFFENT-
LICHKEIT**



Broschüren/
Flyer



Online
Newsletter



Kaufland-App



Plakate auf
Verkaufsstellen/
point of sale
(POS)



Briefkasten CSR@
kaufland.sk



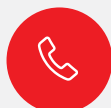
Online-
Umfragen



Soziale
Medien



Pressemitteilungen
und Konferenzen



Kunden
leitung



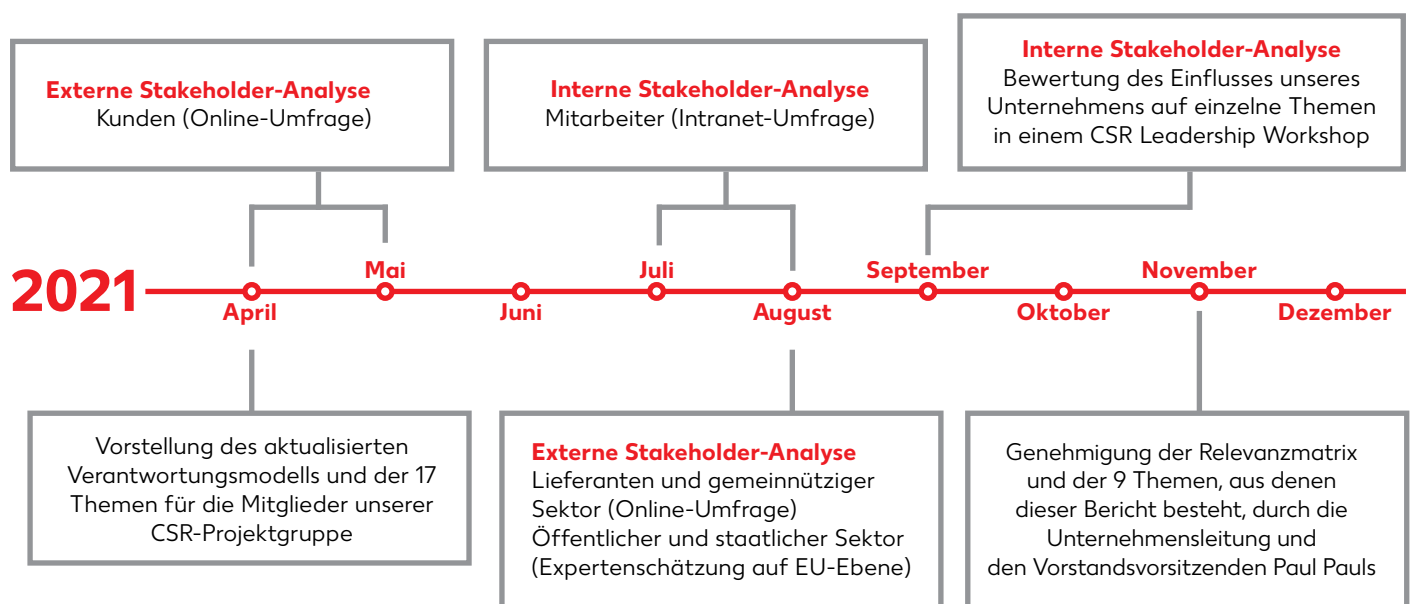
Interessenverbände
und -gruppen,
, bei denen wir
Mitglieder sind



Persönliche Treffen
und Gespräche

Wie wir unseren zweiten Bericht erstellten

GRI 102-46 Damit unser Nachhaltigkeitsbericht alle inhaltlichen und qualitativen Anforderungen der GRI erfüllt, gingen seiner Erstellung viele Schritte voraus. Planung, verschiedene Schulungen, Sitzungen und Analysen. Unsere Projektmanagerin für soziale Verantwortung hat im März 2021 eine spezielle Schulung zu den GRI-Standards absolviert. Bei der Datenerfassung und Erstellung unseres zweiten Nachhaltigkeitsberichts wurden wir von Pontis Impact, s. r. o. bei der Einhaltung der GRI-Berichtsgrundsätze unterstützt.



Externe Stakeholder-Analyse und ihre Ergebnisse

Die wichtigsten Themen nach einzelnen Gruppen von Stakeholdern (auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 5 das wichtigste ist):

Kunden (1 400 Befragte, Gewichtungsfaktor 40 %)

Förderung einheimischer Produkte - **4,53**
 Vermeidung von Lebensmittelabfällen - **4,48**
 Umweltfreundliche, klimafreundliche und ressourcenschonende Produktion - **4,42**
 Umweltfreundliche Verpackung - **4,41**
 Umweltschutz im Betrieb - **4,40**

Mitarbeiter (220 Befragte, Gewichtungsfaktor 25 %)

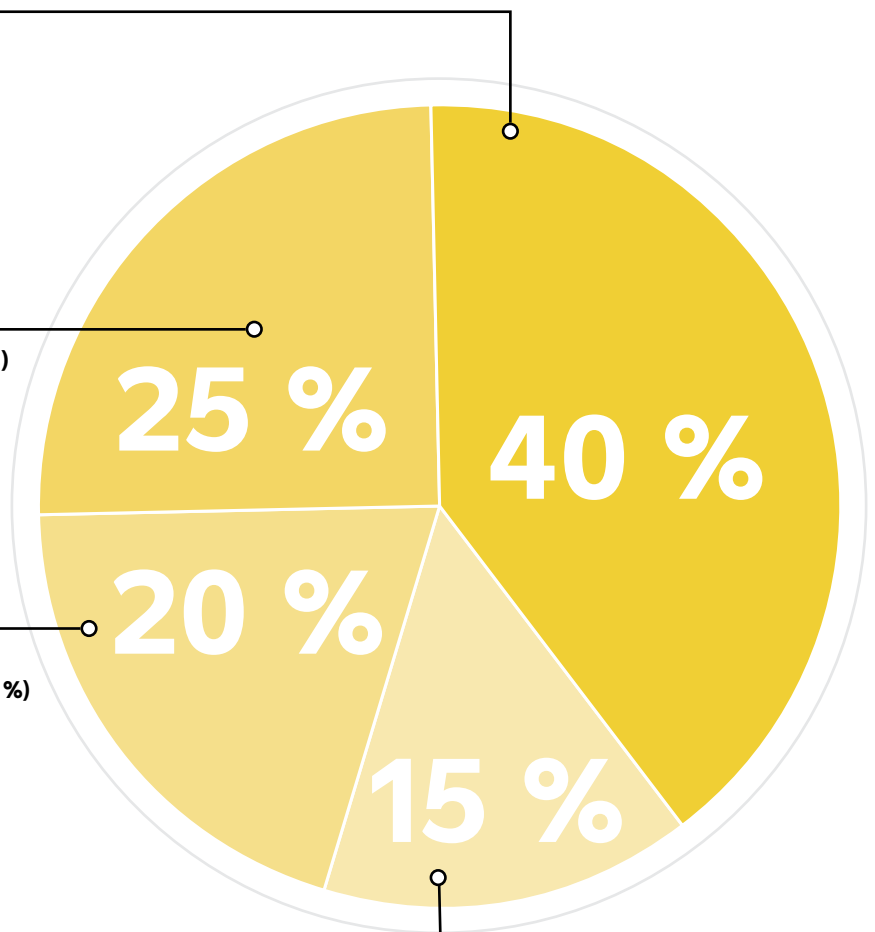
Vermeidung von Lebensmittelabfällen - **4,52**
 Verantwortlicher Arbeitgeber - **4,49**
 Umweltfreundliche, klimafreundliche und ressourcenschonende Produktion - **4,47**
 Umweltfreundliche Verpackung - **4,46**
 Umweltschutz im Betrieb - **4,45**

Öffentlicher und staatlicher Sektor (Expertenschätzung auf EU-Ebene, Gewichtungsfaktor 20 %)

Öko-Verpackung - **5,0**
 Nachhaltige Landwirtschaft - **4,0**
 Vermeidung von Lebensmittelabfällen - **4,0**
 Förderung einheimischer Erzeugnisse - **4,0**
 Umweltschutz im Betrieb - **4,0**

Lieferanten und der gemeinnützige Sektor (223 Befragte, Gewichtungsfaktor 15 %)

Nachhaltige Landwirtschaft - **4,53**
 Vermeidung von Lebensmittelabfällen - **4,46**
 Umweltfreundliche, klimafreundliche und ressourcenschonende Produktion - **4,46**
 Förderung einheimischer Produkte - **4,44**
 Umweltfreundliche Verpackung - **4,37**





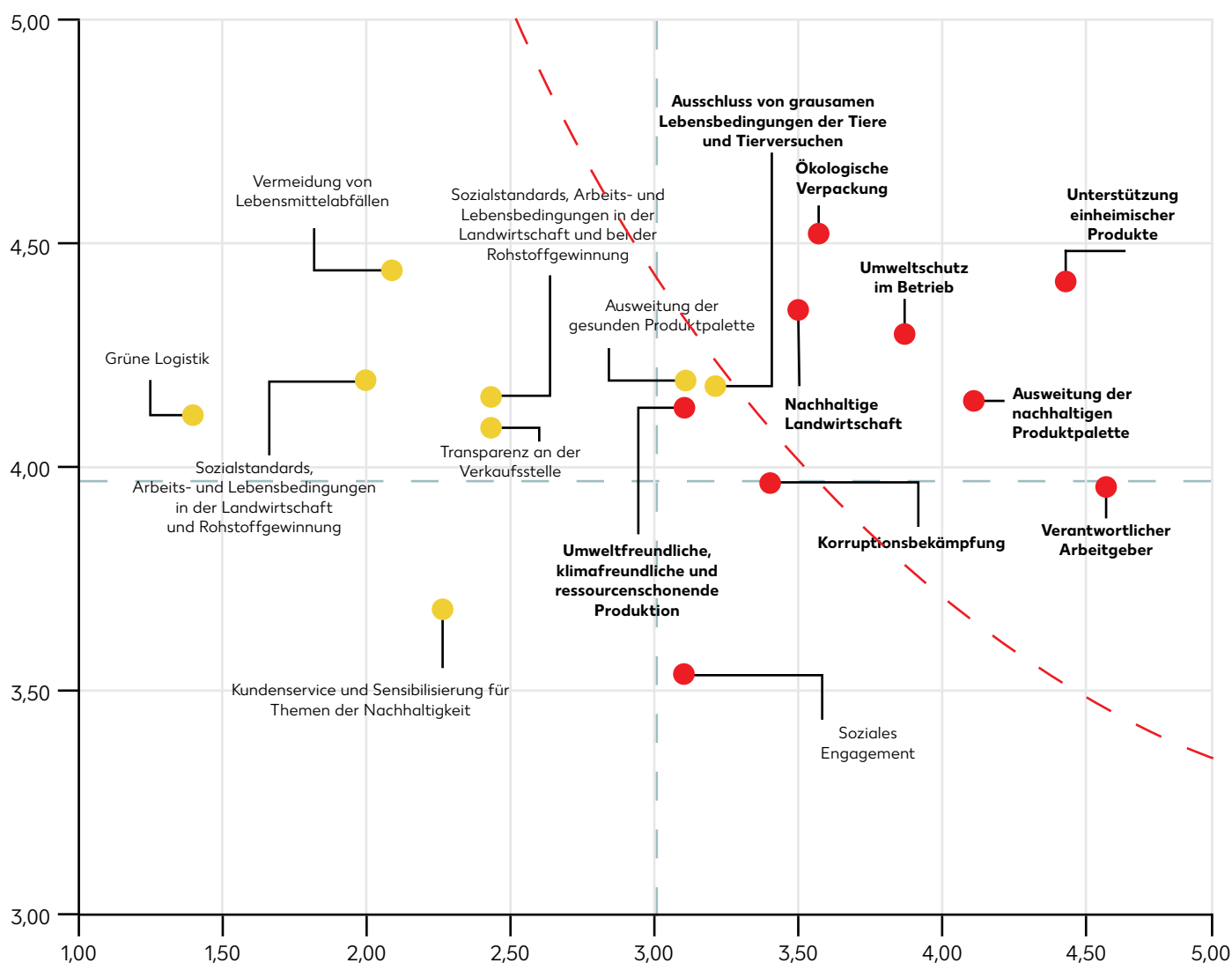
Interne Stakeholder-Analyse

GRI 102-46 Neben der Befragung von externen Stakeholdern und Mitarbeitern führten wir auch einen internen Workshop durch, in dem unsere Führungskräfte die Auswirkungen von 17 Themen in unserer Wertschöpfungskette auf das Geschäft bewerteten. Bei dieser Bewertung haben wir auch einige Unterschiede zu den Ergebnissen der vorherigen Umfrage festgestellt. Die Themen Verantwortungsvoller Arbeitgeber und Unterstützung heimischer Produkte bleiben wichtig. Wie bei den externen Stakeholdern waren die nächstbeliebten Themen im Zusammenhang mit dem Umweltschutz die Ausweitung eines nachhaltigen Sortiments, der Umweltschutz im Betrieb und umweltfreundliche Verpackungen. Das Thema "Soziales Engagement" nimmt, wie auch bei der Gruppe der externen Stakeholder, an Bedeutung ab.

Resultierende Relevanzmatrix

GRI 102-46 Die Analyse der internen und externen Stakeholder führte zur Erstellung einer Relevanzmatrix, in der die Ansichten der wichtigsten Stakeholder zusammengefasst wurden. Die X-Achse zeigt die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit des Unternehmens auf die nachhaltige Entwicklung in einzelnen CSR-Themen der Matrix. Die Y-Achse spiegelt die Relevanz der Themen für die wichtigsten interessierten Parteien in der Gesellschaft wider.

Die Themen, die auf beiden Achsen hohe Werte erreichten (oberer rechter Quadrant), sind für Kaufland unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit am wichtigsten und werden daher auch in diesem Bericht behandelt. Obwohl sich die Themen Korruptionsbekämpfung, soziale Verantwortung und umweltfreundliche Produktion in der Analyse nicht als relevant herausstellten, sehen wir sie als relevant an und behandeln sie auf Beschluss der Geschäftsführung in diesem Bericht.



A close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, gently cupping a heart shape. The hands are positioned so that their fingers and palms form the outline of the heart. The background is a soft, out-of-focus bokeh of warm, golden-yellow and orange light spots, suggesting a sunlit outdoor setting. The overall mood is warm, tender, and hopeful.

**Liste der relevanten
Themen, aus denen
sich dieser Bericht
zusammensetzt**

Ressourcen und Landwirtschaft

Nachhaltige Landwirtschaft

Lieferkette und Verarbeitung

Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion
Förderung heimischer, regionaler Produkte

Betrieb und Prozesse

Betrieblicher Umweltschutz
Verantwortungsvoller Arbeitgeber
Korruptionsbekämpfung / Compliance

Kunde und Gesellschaft

Ausbau nachhaltiges Sortiment
Umweltfreundliche Verpackungen
Gesellschaftliches Engagement für Mensch & Umwelt



GRI-Inhaltsindex

GRI	Seiten nummer	Kapitel	Bemerkung
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016			
Organisationsprofil			
GRI 102-1 Name der Organisation	2	Über unseren Bericht	
GRI 102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	22, 25	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-3 Hauptsitz der Organisation	3	Über unseren Bericht	
GRI 102-4 Betriebsstätten	20-21	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	22	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-6 Belieferte Märkte	20, 23	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-7 Größe der Organisation	23-25	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	102-103	Betrieb und Prozesse, 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 28.2.2021 und 28.2.2022.
GRI 102-9 Lieferkette	24-25	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	22-24, 87	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 102-11 Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	181	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-12 Externe Initiativen	30-31	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	30-31	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	

Strategie			
GRI 102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4-5	Über unseren Bericht	
GRI 102-15 Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	87, 181	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
Ethik und Integrität			
GRI 102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	26	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-17 Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	127, 130	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
Unternehmensführung			
GRI 102-18 Führungsstruktur	198-199	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-19 Delegation von Befugnissen	198	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-20 Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	198	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-21 Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	200	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
Einbindung von Stakeholdern			
GRI 102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	201	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-41 Tarifverträge		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.	
GRI 102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	201	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	200-201	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-44 Wichtige Themen und hervorbrachte Anliegen	102, 200, 203	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	22	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	
GRI 102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	196-197, 202, 204-205	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-47 Liste der wesentlichen Themen	207	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-48 Neudarstellung von Informationen	24, 94	Über uns, Wesentliche Kennzahlen für die Geschäftsjahre 2020 und 2021	Änderungen an der Methodik zur Berichterstattung zu den Indikatoren GRI 102-9, GRI 305-3, GRI 302-1 sind im Text bei den jeweiligen Indikatoren beschrieben.

GRI 102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	196-197	Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	Im Vergleich zu 2019, als wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht haben, wurde unser Verantwortlichkeitsmodell vereinfacht und aktualisiert.
GRI 102-50 Berichtszeitraum	2	Über unseren Bericht	
GRI 102-51 Datum des letzten Berichts	3	Über unseren Bericht	
GRI 102-52 Berichtszyklus	3	Über unseren Bericht	
GRI 102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	3	Über unseren Bericht	
GRI 102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI Standards	3	Über unseren Bericht	
GRI 102-55 GRI-Inhaltsindex	208-213	Über unseren Bericht , GRI-Inhaltsindex	
GRI 102-56 Externe Prüfung	3, 214-215	Über unseren Bericht, Bericht des unabhängigen Wirtschaftsprüfers	
Thematische spezielle Indikatoren			
GRI 201 Wirtschaftliche Leistung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	126-127, 166-167	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
 GRI 201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	167	Kunde und Gesellschaft, Thema: Gesellschaftliches Engagement für Mensch & Umwelt	
201-4 Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	133	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
GRI 202 Marktpräsenz 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	110	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 202-1 Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	111	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Daten gelten für 72 Filialen und ein Logistikzentrum in der Slowakei.
GRI 203 Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	87-89	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 204 Beschaffungspraktiken 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	66	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Förderung heimischer, regionaler Produkte	
 GRI 204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	67, 81	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Förderung heimischer, regionaler Produkte	

GRI 205 Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	126-127	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
GRI 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	128, 131	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	Wir betrachten die ganze Slowakei als Region.
GRI 206 Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	126-127	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
GRI 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	133	Betrieb und Prozesse, Thema: Korruptionsbekämpfung / Compliance	
GRI 301 Materialien 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	155	Kunde und Gesellschaft, Thema: Umweltfreundliche Verpackungen	
✓ GRI 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	155	Kunde und Gesellschaft, Thema: Umweltfreundliche Verpackungen	
GRI 302 Energie 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86, 91	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	93	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 302-3 Energieintensität	94	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 303 Wasser und Abwasser 2018			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
✓ GRI 303-5 Wasserverbrauch	94	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305 Emissionen 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86, 96	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	97	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	97	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	62, 97	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion	
GRI 305-4 Intensität der THG-Emissionen	97	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306 Abfall 2020			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86, 98	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	98	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	

GRI 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	98	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306-3 Angefallener Abfall	99	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306-4 Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	99	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 306-5 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	99	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 307 Umwelt-Compliance 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	86	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	86	Betrieb und Prozesse, Thema: Betrieblicher Umweltschutz	
GRI 308 Umweltbewertung der Lieferanten 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	57	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion	
308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	58	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion	
GRI 308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	58-59	Lieferkette und Verarbeitung, Thema: Umwelt-, klima- und ressourcenschonende Lieferkette/Produktion	Da andere Daten nicht verfügbar sind, präsentieren wir nur Informationen zu globalen Audits, die bei Textilherstellern durchgeführt wurden.
GRI 401 Beschäftigung 2016			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	102-103, 112-113, 115	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	105	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	Die Mitarbeiter in Festanstellung haben Anspruch auf die gleichen Boni, egal, ob sie Voll- oder Teilzeit arbeiten.
401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	113	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
401-3 Elternzeit	116	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
GRI 403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018			
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	118-119	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	118-119	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	
403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	120	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber	

403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	119	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
403-5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	121	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	122	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	121	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen	121	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
GRI 404 Aus- und Weiterbildung 2016		
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	102-103	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	109	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016		
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	110	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
GRI 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	110	Betrieb und Prozesse, Thema: Verantwortungsvoller Arbeitgeber
GRI 416 Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	38-39	Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft
GRI 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	39, 44	Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft
GRI 416-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	39, 44, 48	Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft
FP: Nachhaltige Produkte		
GRI 103 Managementansatz 2016 (inklusive für 103-1, 103-2, 103-3)	40, 138-139	Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft Kunde und Gesellschaft, Thema: Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft
FP 2: Anteil Einkaufsvolumen, der an international anerkannten Produktionsstandards ausgerichtet ist	143-144, 150	Kunde und Gesellschaft, Thema: Ressourcen und Landwirtschaft, Thema: Nachhaltige Landwirtschaft

Bericht eines unabhängigen Experten



Mazars Slovensko, s.r.o.
SKY PARK OFFICES 1
Bottova 2A
811 09 Bratislava

Kaufland Slovenská republika v.o.s.

Bericht eines unabhängigen Experten



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

Bericht eines unabhängigen Experten

An das Management von Kaufland Slovenská republika v.o.s.

Dieser Bericht wurde für das Management von Kaufland Slovenská republika v.o.s. (nachstehend nur „Gesellschaft“) zum Zwecke der Bereitstellung einer limitierten Prüfung für ausgewählte Daten, die im Teil „gegenständliche Informationen“ angeführt sind, mit dem Zeichen  identifiziert werden und in den von der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 28. Februar 2022 erstellten Nachhaltigkeitsbericht (nachstehend nur „Nachhaltigkeitsbericht“) einfließen, ausgefertigt.

Gegenständliche Informationen

Der Prüfungsauftrag bezieht sich auf die Veröffentlichungen der GRI 201-1, GRI 204-1, GRI 301-1 und GRI 303-5 auf den Seiten 67, 81, 94, 155 und 167.

Gültige Kriterien

Die vom Unternehmen definierten gültigen Kriterien (nachstehend nur „Kriterien“), die für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts verwendet wurden, bestehen aus der GRI-Methodik und den GRI-Standards.

Nutzungsbeschränkungen

Das Fehlen eines Rahmens, der die nichtfinanzielle Berichterstattung umfassend abdeckt, ermöglicht eine unterschiedliche, aber akzeptable Nutzung von Berichtsinstrumenten und -techniken.

Verantwortung des Unternehmensmanagements

Das Unternehmensmanagement ist für die Vorbereitung, die Erhebung und die Präsentation ausgewählter Informationen gemäß den von ihm gewählten Kriterien verantwortlich. Das Management ist insbesondere für das Design und die Implementierung interner Kontrollen verantwortlich, um wesentliche Falschaussagen in den Informationen des Nachhaltigkeitsberichts zu verhindern, unabhängig davon, ob diese nun auf Betrug oder Fehler zurückzuführen sind.

Verantwortlichkeit des Experten

Unsere Verantwortlichkeit besteht darin, auf der Grundlage der gewählten Verfahren und der erhaltenen Unterlagen eine Schlussfolgerung zu den fraglichen GRI-Angaben zu treffen.

Der getätigte Prüfungsauftrag entspricht dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (überarbeitete Fassung). Dieser Standard legt ein Verfahren zur Erlangung einer limitierten Prüfung hinsichtlich potenzieller Falschangaben in ausgewählten GRI-Veröffentlichungen fest, die die festgelegten Kriterien nicht erfüllen.

Die limitierte Prüfung steht in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (überarbeitete Fassung) und beinhaltet die Beurteilung der Eignung einer Verwendung festgelegter Kriterien in spezifischen Situationen bei der Vorbereitung von GRI-Veröffentlichungen, die Bewertung des Risikos einer Entstehung wesentlicher Unrichtigkeiten in diesen Veröffentlichungen, ob nun aufgrund von Betrug oder eines Fehlers, die Ergreifung einer angemessenen Vorgehensweise im Zusammenhang mit dem ausgewerteten Risiko und eine Gesamtbewertung der präsentierten Informationen. Der Prüfungsauftrag entspricht der limitierten Prüfung. Der Zeitpunkt, der Typ und die Bandbreite der Prüfungsmaßnahmen ist daher im Vergleich zu den Maßnahmen bei einer angemessenen Prüfung limitiert. Diese Tatsache hat eine insgesamt geringere Prüfung zur Folge. Die gewählten Vorgehensweisen hängen vom professionellen Urteil des Experten ab.

Unabhängigkeit und Qualitätskontrolle

Wir haben den Prüfungsauftrag in Übereinstimmung mit den ethischen Anforderungen der Standards zur Berufsethik für Wirtschaftsprüfer IESBA getätigt, welche die Grundlagen der Integrität, Objektivität, der Fachkompetenz und Sorgfaltspflicht, der Vertraulichkeit und des professionellen Verhaltens festlegen.

Wir halten uns an den Internationalen Standard für Qualitätskontrolle ISQC 1 und verfügen über ein Qualitätskontrollsystem, das dokumentierte Richtlinien und Verfahren zur Einhaltung ethischer Anforderungen, beruflicher Standards und einschlägiger gesetzlicher Vorschriften umfasst.

Zusammenfassung der geleisteten Arbeit

Im Zusammenhang mit ausgewählten, obengenannten Informationen haben wir insbesondere folgende Prozeduren durchgeführt:

- die Beurteilung der Angemessenheit der Kriterien hinsichtlich ihrer Relevanz, Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Neutralität und Verständlichkeit sowie auch der Konsistenz bei ihrer Anwendung.
- Interviews mit ausgewählten Mitarbeitern des Unternehmens, die für bestimmte Bereiche zuständig sind, um den Prozess der Erhebung, Berechnung, Zusammenstellung und Überprüfung ausgewählter Informationen für den Bericht zu verstehen.
- Prüfung ausgewählter Informationen und Dokumente im Hinblick auf eine detaillierte Bewertung und Genehmigung der Quellenunterlagen auf der Grundlage ausgewählter Stichproben.
- Analytische Prüfung von Dokumenten anhand ausgewählter Proben im Zusammenhang mit der Erstellung und Berichterstattung quantitativer Daten: Analyseverfahren zur Überprüfung der Korrektheit der Konsolidierung der erhobenen Daten sowie der Konsistenz ihrer Entwicklung, Überprüfung der Rolle ausgewählter Entitäten bei der Konsolidierung der Indikatoren, Interviews mit ausgewählten Unternehmensmitarbeitern zur Überprüfung der Korrektheit der angewandten Verfahren, Überprüfung und Test der korrekten Anwendung von Verfahren und Definitionen sowie Abgleich der Daten mit den unterstützenden Unterlagen.

Im Rahmen des Auftrags für Prüfungsdienstleistungen arbeiteten wir nicht mit Daten über den im Teil gegenständliche Informationen definierten Rahmen hinaus. Wir sind davon überzeugt, dass die erhaltenen Informationen als Grundlage für unsere Schlussfolgerung ausreichend und angemessen sind.

Schlussfolgerung

Auf der Grundlage der durchgeführten Prozeduren und der erhaltenen Belege haben wir keinen wesentlichen Sachverhalt festgestellt, der eine Neubewertung der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht für den Zeitraum vom 1. März 2020 bis zum 28. Februar 2022 erfordern würde, damit sie die festgelegten Kriterien erfüllen.

Nutzungsbeschränkungen

Der Bericht wird ausschließlich für die im ersten Absatz dieses Berichts genannten Zwecke erstellt und darf nicht für andere Zwecke verwendet werden. Soweit dies gesetzlich zulässig ist, übernehmen wir keine Verantwortung für diesen Bericht gegenüber anderen Personen als der Gesellschaft und ihrem Management.

Bratislava, den 14. Dezember 2022

Mazars Slovensko, s.r.o.

DocuSigned by:
Michael Compagnon
05A9F44C3BA5249D...

Mickaël Compagnon
Partner
Nummer des GRI-Zertifikats: C19892

DocuSigned by:
Jana Ružická
A37814D84452477...

Jana Ružická
Leiterin der Abteilung Nachhaltigkeit

Haben wir Ihre Neugier geweckt?

Wir werden uns freuen, wenn Sie uns Ihre
Anmerkungen und Fragen schreiben.

in

f



kaufland.sk/rozhoduju-ciny
csr@kaufland.sk

**Machen
macht
den
Unterschied.**

