

**IZVJEŠTAJ
O ODRŽI
VOSTI
2024.**

Sadržaj

Uvodna riječ Glavnog izvršnog direktora Kaufland Stiftung & Co. KG 05
Uvodna riječ predsjednika Uprave Kaufland Hrvatska k.d. 07

01

DJELA, NE RIJEČI

Naša budućnost započinje na tanjuru 10
Kaufland škola voća i povrća 14
Kaufland škola kuhanja 16
Otvaranje novih poslovnica 17
Reci neću hrani u smeću 18
Bez oklijevanja 20
Otpad: vrijedan resurs 22
Radimo zajedno za zaštitu klime 24

02

UPRAVLJANJE

Korporativni profil Kaufland grupe 28
Predanost održivosti 30
U dijalogu s našim dionicama 36
Usklađenost 43
48

03

DOBRA PREHRANA

Strateški i operativni ciljevi 50
Pristup upravljanju 52
Promicanje raznolike i zdrave prehrane 53
Proširivanje održivijih alternativa 58
60

04

ZAŠTITA OKOLIŠA

Strateški i operativni ciljevi 66
Pristup upravljanju 68
Smanjenje emisija stakleničkih plinova 69
Klimatski prihvatljive lokacije 72
Klimatski prihvatljiv lanac opskrbe 76
Klimatski prihvatljiv lanac opskrbe 80
Optimizacija transporta i logistike 82
Bioraznolikost i tlo 84

05

OČUVANJE RESURSA

Strateški i operativni ciljevi 88
Pristup upravljanju 90
Promicanje kružnog gospodarstva 92
Smanjenje rasipanja hrane 96
110

06

JAČANJE DRUŠTVA

Strateški i operativni ciljevi 112
Pristup upravljanju 114
Atraktivan poslodavac 115
Jačanje radnih i ljudskih prava 120
Društvena predanost 128
132

O ovom izvješću 134
GRI indeks sadržaja 136
Informativni list o ključnim pokazateljima uspješnosti (KPI) i izvješće neovisnog revizora 142
Pravna obavijest 152

[🔍 Idi na GRI indeks sadržaja](#)



Poštovani čitatelji,

održivost je za nas u Kauflandu mnogo više od puke fraze - to je jasna misija. Održivost je sastavni dio naše korporativne strategije koja je temelj svakodnevnog rada u svim našim poslovnim jedinicama diljem svijeta.

U 2024. godini ponovno smo se suočili s velikim izazovima: uskim grlima u globalnom lancu opskrbe, nestabilnim tržištima, rastućim cijenama energije, geopolitičkim krizama i novim regulatornim zahtjevima. Međutim, iskoristili smo te izazove kao priliku za poboljšanje naše strategije održivosti u izvještajnoj godini i uzimanje novog zamaha. Naš fokus je na pristupu pravilnoj prehrani - za sve.

Kao komercijalno poduzeće s međunarodnim i dalekosežnim globalnim lancima opskrbe, imamo odgovornost koja nadilazi granice. I nikada ne gubimo iz vida širu sliku. Zadovoljstvo nam je što Vam ove godine po prvi put možemo predstaviti sveobuhvatan pregled naših rezultata u području održivosti u svim Kaufland zemljama, čime odražavamo rastuću međunarodnu važnost naše odgovornosti. Za nas prehrana počinje na ishodištu - s ljudima koji uzgajaju, prerađuju i prevoze naše proizvode. Zalažemo se za pravedne uvjete duž cijelog lanca vrijednosti, odgovorno postupamo s prirodnim resursima i time stvaramo stvarnu dodanu vrijednost - za proizvođače, za okoliš i za naše kupce. Znamo da se puni učinak održivosti osjeća kada ona koristi svima.

U izvještajnoj godini dodatno smo poboljšali naše klimatske ciljeve i slijedimo znanstveno utemeljene ciljeve poduzeća Grupe Schwarz. Ove kratkoročne ciljeve Grupe pregledala je i potvrdila Inicijativa za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi), što naglašava našu predanost transparentnosti.

Također dijelimo i zajednički usvojene ambicije Grupe Schwarz: Naš dugoročni cilj je postizanje neto nulte emisije do 2050. - s mjerljivim napretkom i duž cijelog lanca vrijednosti.

U izvještajnoj godini ostvarili smo opipljiv napredak u smanjenju emisija CO₂, promicanju održivijeg asortimana proizvoda i jačanju društvenih standarda. Ovaj uspjeh rezultat je zajedničkih napora u bliskoj suradnji sa zaposlenicima, partnerima i dobavljačima. Uspjeli smo smanjiti emisije opsega 1 i 2 u svim zemljama za više od 70 posto u usporedbi s baznom 2019. godinom. Također smo ostvarili napredak s emisijama opsega 3: u usporedbi s 2022. godinom, postigli smo međunarodno smanjenje od gotovo 4 posto. Nadalje, sustavno smo proširili naš asortiman održivijih proizvoda, implementirali mjere uštede energije u našim trgovinama i logističkim centrima te dodatno smanjili upotrebu ambalažnih materijala. Ovo su samo neki od primjera mnogih akcija koje smo realizirali u izvještajnoj godini - konkretni koraci prema boljoj budućnosti.

Preuzimamo odgovornost ne samo zbog regulatornih zahtjeva, već iz uvjerenja. Održivost naše poduzeće čini spremnim za budućnost i jača povjerenje koje nam kupci ukazuju. Stoga ćemo i u godinama koje dolaze ostati odvažni, pokretati nove projekte i nastaviti poboljšavati naše procese. Posebno želim zahvaliti svima koji nas prate na ovom putu.

Pozivamo Vas da pročitate ovaj izvještaj kako biste dobili sveobuhvatan pregled naših međunarodnih i nacionalnih akcija, napretka i ciljeva. Saznajte kako živimo u skladu s održivim vrijednostima danas s pogledom na sutra.

S poštovanjem,



F. Schumann

Frank Schumann

Glavni izvršni direktor
Kaufland Stiftung & Co. KG



Dragi čitatelji,

kad se prisjetimo 2024. godine, možemo zaključiti da "uobičajeno poslovanje" više nije dovoljno. Kao jedan od najvećih trgovaca u Hrvatskoj znamo da svaka odluka koju donesemo - od žarulja u našim skladištima do proizvoda na našim policama - ima velik utjecaj. Naš moto, Djela, ne riječi, nešto je po čemu se trudimo živjeti svaki dan jer za nas održivost nije samo riječ: želimo osigurati da sljedeća generacija ima zdrav okoliš u kojem će odrastati.

U 2024. godini fokusirali smo se na ono što je zaista važno za našu zajednicu i planet. Usredotočili smo se na našu strategiju REset Resources te blisko surađujemo s našim dobavljačima kako bismo smanjili otpad i na izvoru njegovog nastanka. Zadržali smo fokus na energiji korištenjem više obnovljivih izvora energije i smanjenjem našeg CO₂ otiska. Osim toga, kupovina lokalnih proizvoda ostaje temeljna vrijednost, a ne samo riječ. Oko 70 posto našeg voća i povrća, ovisno o sezoni, dolazi upravo iz Hrvatske, što održava naše gospodarstvo jakim i znači da Vaša hrana putuje manje kilometara do Vašeg stola. Također, tijekom cijele školske godine svakodnevno doniramo svježe voće i povrće osnovnoškolcima, 2024. godine podržali smo dobrovoljne vatrogasce

s više od 250.000 eura, dva puta tjedno diljem Hrvatske posrednicima u lancu doniranja hrane doniramo voće, povrće, pekarske proizvode i prehrambene proizvode pred istek roka trajanja - jer upravo sve to (i mnogo više) znači biti društveno odgovoran i u konačnici biti dobar susjed.

Ali najvažnije od svega, naših više od 3290 zaposlenika omogućuje sve ovo. Bilo da rade u trgovini na jednoj od naših 50 lokacija u Hrvatskoj, skladištu u Jastrebarskom ili sjedištu u Zagrebu - oni su srce Kauflanda. Svjesni smo činjenice da život postaje sve skuplji, stoga smo si postavili prioritet da i dalje isplaćujemo iznadprosječne plaće, odlične božićnice i uskrsnice, dodatne neto nagrade dva puta godišnje i negujemo radno okruženje u kojem se ljudi osjećaju poštovano i cijenjeno.

Ponosan sam na sve što smo postigli u 2024. godini, ali još sam ponosniji na tim koji nas je doveo do toga. Ovaj izvještaj nije samo popis brojki; on je odraz napornog rada svakog člana našeg tima. Hvala Vam što kupujete kod nas i što ste dio ovog putovanja. Još imamo posla, ali krećemo se u pravom smjeru i veselimo se tome.

Srdačan pozdrav,



Patrick Rudat

Predsjednik Uprave
Kaufland Hrvatska k.d.

01 DJELA, NE RIJEČI

U izvještajnom razdoblju pokrenuli smo brojne projekte i pojačali dijalog s našim dionicima. Izbor tih projekata predstavljamo u ovom časopisu: od promicanja uravnotežene i održivije prehrane, preko naše inicijative za jačanje kružnog gospodarstva, do klimatski prihvatljivijih lanaca opskrbe – naši najvažniji projekti pokazuju koliko je naša predanost raznolika i učinkovita.

NAŠA BUDUĆNOST POČINJE NA TANJURU

Uravnotežena i održiva prehrana danas je važnija nego ikad – kako za naše zdravlje, tako i za naš planet. Svatko bi trebao imati pristup pravilnoj prehrani – to je nešto u što u Kauflandu čvrsto vjerujemo.¹ Zbog toga je naš asortiman proizvoda usmjeren na svježinu, kvalitetu, regionalnost i promicanje prehrane na biljnoj bazi.

¹ Radi boljeg razumijevanja, cjelokupnost poduzeća uključenih u opseg izvješća naziva se „Kaufland“. To uključuje poduzeća Kaufland u Njemačkoj, Poljskoj, Češkoj, Hrvatskoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Rumunjskoj i Moldaviji. Ako se informacije odnose isključivo na naše nacionalno poduzeće, to je naznačeno. Riječi „mi“, „nas“, „naš“ ili slično, kao i skraćeni oblik „Kaufland“, u ovom dokumentu koriste se za označavanje ovih poduzeća kao cjeline.



Naša se prehrana suočava s četiri velika izazova koji utječu i na naše zdravlje i na okoliš. Neuravnotežena prehrana u kombinaciji s nedovoljnom fizičkom aktivnosti može povećati rizik od prekomjerne težine, pretilosti i bolesti povezanih s prehranom, poput dijabetesa tipa 2. Proizvodnja hrane također ima dalekosežne ekološke i društvene učinke uzrokovane čimbenicima kao što su potrošnja resursa i emisije. Nalazi se uhvaćena između prehrambenih navika, regionalnih specifičnosti i globalnih ciljeva održivosti. Meso i drugi životinjski proizvodi zapravo su i dalje ključna komponenta globalne prehrane, što snažno oblikuje ponudu u maloprodajnom sektoru.

Sve veći broj ljudi prepoznaje utjecaj hrane koji nadilazi njihovo osobno zdravlje – utjecaj na okoliš, klimu, dobrobit životinja i socijalnu pravdu. No, prijelaz na održiviju prehranu nije uvijek lak, a

prepreke uključuju čvrsto ukorijenjene potrošačke navike, ponekad ograničen izbor te složenost dostupnih informacija. Studije također otkrivaju jaz između stavova i ponašanja: dok mnogi potrošači u anketama navode da žele održiviju prehranu, ne uspijevaju je se dosljedno pridržavati na dnevnoj bazi. Promjena je osobito učinkovita ako maloprodajni trgovci, proizvođači, kreatori politika i potrošači zajedno rade na zdravom, pravednom i u budućnosti održivom prehrambenom sustavu.

Zdrava prehrana spašava živote i štiti okoliš



Prema izvješću Komisije EAT-Lancet, četvrtina svih smrtnih slučajeva uzrokovanih bolestima povezanim s prehranom na globalnoj razini mogla bi se spriječiti zdravijom prehranom.

Dvije trećine potrošača u EU navodi da se želi hraniti zdravije i održivije. Istodobno, regulatorne inicijative kao što je Strategija EU-a „Od polja do stola“ zahtijevaju više transparentnosti i održivosti u prehrambenom sektoru.



"Kao maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima, imamo veliku odgovornost: Kroz naš asortiman proizvoda i ciljanu komunikaciju, doprinosimo tome da naši kupci usvoje zdravije prehrambene navike. Naš utjecaj na oblikovanje ove promjene je značajan."

Ines Rottwilm,
Voditeljica Odjela za međunarodnu korporativnu odgovornost i održivost u Kaufland Stiftung & Co. KG

Naša odgovornost za zdraviju budućnost

Kao maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima imamo posebnu odgovornost - doprinosimo onome što doprinosi na tanjuru naših kupaca, a time i načinu na koji će se prehrambene navike razvijati sada i u budućnosti. Cilj nam je promicati zdravlje naših kupaca i ekološku ravnotežu planeta.

Za razvoj naše strategije i djelovanja, koristimo znanstvene dokaze poput onih Planetarno zdrave prehrane. Preporuke Planetarno zdrave prehrane povezuju zdravlje i održivost te nam pomažu da naš asortiman proizvoda učinimo održivim i za budućnost.

Cilj nam je potaknuti ljude da češće biraju regionalnu, zdraviju i ekološki prihvatljiviju hranu. Stoga u svakoj grupi proizvoda nudimo barem jednu održiviju alternativu.

Razvoj zdravije i održivije prehrane

Imamo raznolik skup mjera za promicanje zdrave i održivije prehrane. Kontinuirano surađujemo s našim dobavljačima na poboljšanju recepata za proizvode vlastitih robnih marki, primjerice smanjenjem udjela šećera i soli te povećanjem upotrebe zdravijih masti. Nudimo širok izbor opcija na biljnoj bazi te smo fokusirani na organske proizvode i proizvode s certifikatom Fairtrade.

Fokusirani smo na svježinu, kvalitetu i regionalnu ponudu. Naši odjeli voća i povrća svakodnevno nude širok asortiman svježih, sezonskih i regionalnih proizvoda. Time podržavamo lokalnu poljoprivredu te osiguravamo kratke transportne rute i vrhunsku kvalitetu. Također nudimo velik broj dodatnih proizvoda iz drugih grupa proizvoda koje nabavljamo od regionalnih i nacionalnih dobavljača. Naš asortiman organskih proizvoda također se kontinuirano širi i obuhvaća proizvode koji zadovoljavaju posebno visoke standarde kvalitete i održivosti. To služi povećanju raznolikosti našeg asortimana proizvoda i promicanju održivih partnerstava s proizvođačima iz dotičnih regija.

Osviještena prehrana s visokim udjelom vegetarijanskih i veganskih proizvoda značajno doprinosi zaštiti okoliša i mjerama za zaštitu klime. Stoga stavljamo jasan naglasak na promicanje biljne prehrane. Želimo svojim kupcima maksimalno olakšati pristup vegetarijanskim i veganskim alternativama. Na svim našim veganskim i vegetarijanskim proizvodima istaknuta je oznaka V radi lakšeg snalaženja. Također pružamo sveobuhvatne informacije kako bismo motivirali naše kupce da usvoje osvješteniju i održiviju prehranu. Nudimo smjernice i osiguravamo transparentnost, između ostalog, jasnim označavanjem proizvoda potkrijepljenim certifikatima koji pružaju pouzdane informacije na prvi pogled.

Više informacija o našoj odgovornosti za pravilnu prehranu dostupno je u smjernicama Kauflanda o dobroj prehrani.

"Naš opsežan veganski asortiman olakšava našim kupcima svakodnevnu prehranu na biljnoj bazi, a ujedno pruža motivaciju i ideje za ukusne recepte."

Oliver Schmitz
Generalni direktor Međunarodne nabave u Kaufland Stiftung & Co. KG

Diljem Hrvatske,
Kaufland nudi
više od

12.400

proizvoda od

456

nacionalnih dobavljača i

439

organskih proizvoda.



KAUFLAND ŠKOLA VOĆA I POVRĆA

„Kaufland škola voća i povrća“ dugogodišnji je i jedan od najznačajnijih društveno odgovornih projekata Kauflanda u Hrvatskoj. Projekt, pokrenut još 2017. godine, služi kao konkretan primjer implementacije slogana „Djela, ne riječi“ u domeni brige za lokalnu zajednicu i promicanja zdravog načina života.

Cilj projekta i mehanizam donacije

Osnovni cilj projekta jest potaknuti usvajanje zdravih prehrambenih navika kod djece osnovnoškolske dobi te im izravno osigurati pristup besplatnom svježem voću i povrću tijekom cijele školske godine. Projekt na taj način izravno utječe na kvalitetu prehrane djece i podiže svijest o važnosti nutritivno bogatih namirnica od najranije dobi.

U izvještajnom razdoblju u okviru ovog projekta školama je donirano impresivnih 172.952 kg voća i povrća, što jasno demonstrira opseg i kontinuitet predanosti Kauflanda. Samo u školskoj godini 2024./2025. projektom su bila obuhvaćena 24.823 učenika u 57 javnih osnovnih škola diljem Hrvatske. Ove brojke predstavljaju snažan iskorak u osiguravanju da svaki dan u školskoj klupi bude upotpunjen zdravim zalogajem.



Model provedbe projekta temelji se na principu partnerskih škola. Za svaku svoju trgovinu, kao i za logističko-distributivni centar, Kaufland bira po jednu partnersku osnovnu školu, stvarajući tako snažnu lokalnu mrežu podrške. Također, inicijativa obuhvaća i 6 javnih ustanova koje pružaju osnovnoškolsko obrazovanje djeci s teškoćama u razvoju, čime se dosljedno osigurava inkluzivnost i dostupnost projekta svakom djetetu. Partnerske škole stječu pravo na tjednu, kontinuiranu donaciju svježeg voća i povrća iz svoje lokalne trgovine Kauflanda tijekom cijele školske godine, čime se jamči svježina i kvaliteta doniranih namirnica.

Uloga zajednice u odabiru

Jedna od posebnosti projekta „Kaufland škola ViP“ jest aktivno uključivanje javnosti u odabir pobjedničkih škola, čime se jača veza između tvrtke i lokalne zajednice. Osnovne škole se prijavljuju na natjecanje, a o tome koje će škole osvojiti donaciju odlučuju građani putem internetskog glasanja. Gotovo 80.000 prikupljenih glasova pokazuje snažnu podršku i izniman interes zajednice za ovu inicijativu, potvrđujući njezin nacionalni značaj.



KAUFLAND ŠKOLA KUHANJA

U 2024. godini pokrenut je i projekt Kaufland škola kuhanja usmjeren na korisnike centara za djecu bez adekvatne roditeljske skrbi kako bi ih pripremio za samostalni život.

Za razliku od djece koja odrastaju u obiteljskom domu i uče od roditelja svakodnevne vještine poput kuhanja i pospremanja, djeca iz centara za djecu bez adekvatne roditeljske skrbi nemaju dovoljno prilika sudjelovati u pripremi hrane jer svoje obroke dobivaju poslužene i pripremljene iz profesionalnih kuhinja. Kako bi se osposobili za sadržajni i kvalitetniji samostalan život, učenje kulinarskih vještina im je jedan od prioriteta.



Kaufland je odlučio dati svoj doprinos u ublažavanju ovog problema ciljano se usmjeravajući na podizanje životnih vještina i samostalnosti šticećenika domova za nezbrinutu djecu u Zagrebu i Splitu. Prepoznajući da je stjecanje praktičnih vještina, osobito u kuhinji, ključno za uspješnu integraciju u samostalni život nakon izlaska iz skrbi, Kaufland je organizirao niz edukativnih radionica posvećenih djeci i mladima u domovima.

Organizirana je edukacija u obliku šest praktičnih kulinarskih radionica tijekom kojih su mladi stekli potrebna znanja i savladali osnove kuhanja, a sve kako bi bili što spremniji suočiti se sa samostalnim životom izvan okvira centra.

OTVARANJE NOVIH POSLOVNICA

DOMU ZDRAVLJA 5.000 EURA POVODOM OTVORENJA U IVANCU

U rujnu 2024. godine otvorili smo treću trgovinu u Varaždinskoj županiji i to u gradu Ivancu. Tim povodom donirali smo 5.000 eura Domu zdravlja Varaždinske županije za uređenje ginekološke ordinacije dr. Petre Ivande u Ivancu.

„Ova sredstva će nam omogućiti modernizaciju opreme, a time i unaprjeđenje zdravstvenih usluga kako bismo našim pacijenticama mogli pružiti adekvatnu medicinsku skrb kakvu zaslužuju“, izjavio je ravnatelj Doma zdravlja doc.dr.sc. Jurica Veronek.



OTVORENJE 50. TRGOVINE I BRIGA ZA BUDUĆNOST

Povodom otvorenja 50. trgovine u Hrvatskoj, u studenom 2024. godine, još smo jednom pokazali predanost i brigu o zajednici značajnom donacijom Zavodu za neonatologiju Klinike za ženske bolesti i porode KBC Split. Radi se o donaciji neonatalnog monitora mozga u vrijednosti od 26.000 eura, odnosno aEGG-uređaja neprocjenjive važnosti za liječenje najosjetljivije kategorije pacijenata – nedonoščadi kao i teško bolesne terminske novorođenčadi.

Neonatalni monitor mozga pruža jedinstven pristup liječenju jer kontinuirano i neinvazivno prati moždane aktivnosti novorođenčadi što omogućuje pravovremeno postavljanje dijagnoze te time i početak primjene terapije na vrijeme.



RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Kupnja i prodaja hrane zahtijeva visok stupanj logističke i etičke odgovornosti, stoga su svakodnevne donacije hrane ključni stup strategije Kauflanda za sprječavanje bacanja hrane. Proces započinje svakog dana u trgovinama, gdje educirani zaposlenici izdvajaju proizvode koji se do kraja radnog dana nisu uspjeli prodati, ali su i dalje potpuno sigurni za konzumaciju. Ovim optimiziranim internim procesom osigurava se da kvalitetne namirnice, umjesto u otpadu, pronalaze put do onih kojima su najpotrebnije.

Zahvaljujući mreži suradnje s registriranim posrednicima u doniranju hrane, rezultati napora timova u Kauflandu koji se bave ovom temom su mjerljivi i izuzetno značajni. Samo u 2024. godini putem posrednika donirano je 167.410 komada pekarskih proizvoda te 324.133 kg svježeg voća i povrća. Ove brojke jasno pokazuju predanost tvrtke u smanjenju otpada od hrane, istovremeno pružajući konkretnu i kontinuiranu podršku lokalnim zajednicama diljem Hrvatske.

Model svakodnevnog doniranja uspostavljen je na visokoj razini pokrivenosti, što potvrđuje i podatak da je čak 47 od 48 trgovina Kauflanda u Hrvatskoj, odnosno impresivnih 98% prodajne mreže, 2024. imalo sklopljene ugovore s registriranim posrednicima. To jamči da se na dnevnoj razini, u gotovo svakom kutku zemlje gdje Kaufland posluje, donira širok spektar proizvoda, uključujući voće, povrće, pekarske proizvode, kao i proizvode pred istekom roka trajanja, čime se maksimizira iskoristivost resursa.

Prepoznajući važnost ove teme, trgovački lanac Kaufland Hrvatska 2024. godine četvrtu godinu zaredom proveo je nacionalnu kampanju „Reci neću hrani u smeću“. Ova dugogodišnja inicijativa temelji se na primarnom cilju podizanja svijesti javnosti i vlastitih zaposlenika o tome kako u potpunosti iskoristiti sve namirnice te značajno smanjiti količinu otpada od hrane. Kampanja naglašava da je odgovornost na svakom pojedincu i nudi praktična rješenja, istovremeno demonstrirajući predanost tvrtke ovom cilju kroz operativne mjere.



KAUFLAND ZA ODRŽIVOST

'KO RABI, NE BOJI SE GLADI.

Svi možemo „promašiti“ količinu, kupiti nečega previše ili jednostavno zaboraviti neko povrće u našem hladnjaku. No to ne znači da ga na kraju dana trebamo baciti. Kako bismo spriječili bacanje, u 2023. godini donirali smo čak 319.893 kg voća i povrća. Više informacija na: kaufland.hr/nebaccajhranu

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi. Kaufland

Edukativna kulinarska radionica

U izvještajnoj godini Kaufland je organizirao i posebnu, edukativnu kulinarsku radionicu pod nazivom „Prava faca hranu ne baca“. Cilj ove radionice bio je demonstrirati javnosti i medijima na kreativan i praktičan način kako je moguće jednu namirnicu iskoristiti do samog kraja, osiguravajući da se od nje ne stvara nikakav otpad. Prenesena je poruka da se uz malo mašte i znanja čak i dijelovi namirnica koje su se činile beskorisnima mogu pretvoriti u ukusna jela.

Radionica je postigla svoj cilj da još jednom podsjeti na sveobuhvatne napore koje Kaufland ulaže u smanjenje bacanja hrane i ponudila je konkretne savjete za primjenu u svakodnevnom životu. Time je tvrtka uspješno integrirala operativne mjere s edukativnim aktivnostima, stvarajući zaokruženu strategiju u borbi protiv otpada od hrane, s ciljem osvještavanja koliko pojedinci mogu pridonijeti rješavanju ovog velikog problema.



KAUFLAND ZA ODRŽIVOST

LUKAVO JE ISKORISTITI ME DO KRAJA.

Svi možemo „promašiti“ količinu, kupiti nečega previše ili jednostavno zaboraviti neko povrće u našem hladnjaku. No to ne znači da ga na kraju dana trebamo baciti. Kako bismo spriječili bacanje, u 2023. godini donirali smo čak 319.893 kg voća i povrća. Više informacija na: kaufland.hr/nebaccajhranu

RECI NEĆU HRANI U SMEĆU

Djela, ne riječi. Kaufland

MJERE U TRGOVINAMA

Uz efikasno organizirane svakodnevne donacije, Kaufland koristi i druge interne mehanizme za borbu protiv „food wastea“, a jedan od najvažnijih je sustav snižavanja cijena namirnicama kojima se približava istek roka trajanja. Ova proaktivna mjera ima dvostruku korist: smanjuje se vjerojatnost da će proizvod postati otpad te se kupcima nudi prilika da kvalitetne namirnice kupe po povoljnijoj cijeni. Tako snižena roba je u trgovinama jasno označena i vidljivo izložena na posebnim mjestima, čime se kupcima olakšava pronalazak ovih proizvoda i potiče ih se na odgovornu kupnju. Ova transparentna praksa ne samo da štiti okoliš, već i izravno doprinosi financijskoj uštedi potrošača.

BEZ OKLIJEVANJA

Godina 2024. bila je prekretnica u strategiji društveno odgovornog poslovanja Kauflanda Hrvatska, obilježena pokretanjem nove, nacionalne kampanje „Bez oklijevanja“. Prepoznajući da su temelj otpornosti zajednice njezini najpredaniji članovi, a to su često dobrovoljna vatrogasna društva (DVD), fokusirali smo se na ciljanu i neposrednu podršku upravo toj vitalnoj službi. S ukupnom investicijom od 255.000 eura u prvoj godini provedbe, kampanja je osigurala kontinuitet za 51 DVD diljem zemlje, strateški vezanih uz naše poslovnice. Osim materijalne pomoći, naša je misija bila i podizanje svijesti o važnosti prevencije i opasnostima, što smo ostvarili kroz edukativne aktivnosti s djecom. Kampanjom „Bez oklijevanja“ Kaufland ne samo da podržava sigurnost zajednice, već i aktivno gradi dugoročno partnerstvo s lokalnim strukturama, potvrđujući svoju predanost održivom razvoju i brizi o okruženju u kojem djelujemo.

„BEZ OKLIJEVANJA“ SNAŽNA PODRŠKA VATROGASTVU U HRVATSKOJ

Kaufland Hrvatska je u 2024. godini pokrenuo svoju kampanju „Bez oklijevanja“ usmjerenu na osnaživanje i podršku dobrovoljnim vatrogasnim društvima (DVD) diljem Hrvatske. Prepoznajući njihovu vitalnu, ali često nedovoljno opremljenu ulogu u zaštiti lokalnog stanovništva, imovine i okoliša, Kaufland je u 2024. godini odlučio prvi put fokusirano i na nacionalnoj razini podržati one koji su uvijek spremni intervenirati.

Kampanja predstavlja temelj dugoročne predanosti Kauflanda sigurnosti zajednica u kojima posluje. Ukupna financijska podrška u prvoj godini provedbe, 2024., iznosila je **255.000 eura**. Sredstva su raspoređena s ciljem nabave ključne interventne opreme, čime se direktno utječe na povećanje sigurnosti samih vatrogasaca i učinkovitosti njihovih intervencija. Pokretanjem kampanje „Bez oklijevanja“ Kaufland je uspješno uspostavio model izravne i ciljane pomoći, naglašavajući svoju ulogu pouzdanog partnera hrvatskog vatrogastva.

AKTIVNOSTI I REZULTATI PRVE GODINE KAMPANJE

U prvoj godini provedbe kampanje „Bez oklijevanja“ 2024., Kaufland je uspješno podržao **51 dobrovoljno vatrogasno društvo** širom zemlje. Ključni element prve godine bila je **lokalizacija podrške**: svakoj od **50 trgovina Kauflanda i Logističko-distributivnom centru** u Jastrebarskom pridružen je po jedan partnerski DVD, kojem je uručena donacija u iznosu od **5.000 eura**. Ovakav pristup osigurao je da pomoć stigne u neposrednu blizinu naših trgovina, jačajući time direktne veze i odgovornost prema lokalnoj zajednici.

Osim same financijske podrške, 2024. godina bila je ključna za uspostavu **edukativnog i promotivnog okvira** kampanje. Organizirana su prva **edukativna druženja** vatrogasaca s djecom partnerskih škola u sklopu projekta „Kaufland škola voća i povrća“. Vatrogasci su učenicima prezentirali opremu, održali demonstracije i educirali ih o ključnim mjerama prevencije požara i opasnostima u prirodi.

Kampanja je snažno promovirana u medijima, uključujući televizijski spot s pripadnicima DVD-ova, čime je značajno pokrenut proces osvješćavanja javnosti o neprocjenjivom doprinosu dobrovoljnih vatrogasaca i potrebi za podrškom. Uspješan početak 2024. postavio je čvrste temelje za nastavak i širenje kampanje u budućnosti.



Božićna donacija u 2024. godini bila je nastavak i nadogradnja kampanje „Bez oklijevanja“ s naglaskom na uključivanje kupaca i podršku lokalnim humanitarnim udrugama.

Ukupno 50.000 eura osigurano je za podršku humanitarnim udrugama, a cijela mehanika je bila koncipirana kao trostrana suradnja: Kaufland – Dobrovoljni vatrogasci (DVD) – kupci.

Temelj ove akcije činilo je 50 partnerskih dobrovoljnih vatrogasnih društava (DVD) iz kampanje „Bez oklijevanja“, od kojih je svako nominiralo po dvije lokalne humanitarne udruge čime je stvorena baza od 100 kandidata za donaciju. Ključna faza uključivala je kupce koji su putem Kaufland Card aplikacije tjednim kuponima za glasanje odlučivali o raspodjeli sredstava. Udruga koja je unutar dometa pojedine trgovine prikupila najveći broj glasova osvojila je izravnu novčanu donaciju od 1.000 eura. Time je Kaufland ne samo demokratizirao proces doniranja prebacivanjem odluke u ruke kupaca, već je i osnažio sinergiju između ključnih lokalnih aktera – vatrogasaca i humanitarnih organizacija.

EDUKATIVNA SURADNJA: KAUF LAND, ŠKOLE I VATROGASCI ZA SIGURNOST I ZDRAVLJE

U izvještajnoj godini Kaufland je u suradnji s partnerskim Dobrovoljnim vatrogasnim društvima proveo niz edukativnih aktivnosti u partnerskim školama. Aktivnosti su se odvijale pod okriljem projekta „Kaufland škola voća i povrća“ i kampanje „Bez oklijevanja“, čime se snažan naglasak stavlja na sigurnost, odgovorno ponašanje, ali i važnost zdrave prehrane.

Cilj ovih višemjesečnih druženja je dvojak: s jedne strane približiti učenicima rad vatrogasaca, a s druge ih podučiti osnovnim principima zaštite i sigurnosti u interaktivnom okruženju.

Aktivnosti i prenošenje znanja

Tijekom posjeta vatrogasaca partnerskim školama, učenici dobivaju priliku za jedinstveno iskustvo učenja iz prve ruke. Vatrogasci posjete koriste kako bi:

Prikazali opremu i objasnili poziv: učenicima se detaljno prezentira radna oprema vatrogasaca i objašnjava se kako izgleda njihov svakodnevni rad, pun izazova i nesebičnog pomaganja. Time se djeci približava hrabrost i važnost vatrogasne profesije u zajednici.

OPET U AKCIJI, OVAJ PUTA DOBROTVORNOJ.

Dobrovoljni vatrogasci odabrali su za svaku od **50 trgovina Kauflanda** po **dvije udruge** koje bez oklijevanja pomažu svojoj lokalnoj zajednici. Uključi se i ti! U Kaufland aplikaciji **od 6.11. do 25.12.2024.** aktiviraj **Kaufland Card kupon** u vrijednosti 5 bodova i odluči kojih **50 udruga će dobiti po 1.000 €** jer **ukupno doniramo 50.000 €!**

VIŠE O AKCIJI I KAKO SUDJELOVATI SAZNAJ NA:



**KAUF LAND
ZA ODRŽIVOST**

**Djela,
ne riječi.**



OTPAD: VRIJEDAN RESURS

Inicijativa „Put prema nultom otpadu“ pokazuje kako se otpad može reciklirati. Usredotočena je na funkcionalno kružno gospodarstvo umjesto na spaljivanje ili odlaganje otpada. Cilj je očuvanje resursa i izbjegavanje stvaranja otpada kako bismo oblikovali održivu budućnost za današnje i buduće generacije.

Svijet se suočava s golemim izazovom. Prema prognozama Svjetske banke, do 2050. godine globalni volumen otpada mogao bi se povećati za 70 posto na približno 3,4 milijarde metričkih tona godišnje. Samo jednoj nemarno odbačenoj plastičnoj boci potrebne se stotine godina da se razgradi u oceanu. Znamo da način na koji postupamo s otpadom ima dugoročan utjecaj na klimu i okoliš.

Kaufland stoga otpad vidi kao reciklabilni materijal s potencijalom za budućnost. Posvećeni smo zadržavanju resursa u ciklusu; to je srž strategije kružnog gospodarstva koju su zajednički razvila poduzeća Grupe Schwarz.

Inicijativa s budućnošću

Inicijativa „Put prema nultom otpadu“ ključna je komponenta strategije REset Resources, s ciljem sustavnog izbjegavanja stvaranja otpada i promicanja funkcionalnog kružnog gospodarstva. U tom kontekstu u Kauflandu smo još 2019. godine preuzeli zajedničku obvezu smanjenja otpada koji se ne može reciklirati unutar vlastite frakcije otpada (?).

Učinkovito gospodarenje otpadom i dosljedno provedeno kružno gospodarstvo ključni su pokretači klimatskih akcija. Manje otpada na odlagalištima znači manje emisija metana i ugljičnog dioksida – stakleničkih plinova koji su posebno štetni za klimu. Nadalje, ponovna uporaba i recikliranje smanjuju potrebu za primarnim sirovinama, a time i emisije koje se obično stvaraju vađenjem, transportom i primarnom obradom tih materijala.

PreZero postavlja međunarodni standard

PreZero, tvrtka koja se bavi okolišnim temama unutar Grupe Schwarz, surađivala je 2021. s nevladinim organizacijama, znanstvenicima i predstavnicima poduzeća kako bi uspostavila međunarodni standard nultog otpada: DIN SPEC 91436. Standard nudi certifikaciju za tvrtke na putu prema nultom otpadu. Postoje tri razine oznake koje odražavaju stupanj implementacije operativnog gospodarenja otpadom i reciklabilnim materijalima:



Udio pozitivne uporabe (Sprječavanje nastanka otpada, smanjenje otpada, recikliranje, kompostiranje, fermentacija)	min. 85%	min. 90%	min. 95%
Udio neutralne uporabe (Spaljivanje s uporabom energije)	max. 15%	max. 10%	max. 5%
Udio negativne uporabe (Spaljivanje bez uporabe energije, odlaganje)	max. 10%	0%	0%

Dodatne informacije o DIN standardu i postupku certificiranja možete pronaći na ovoj [web stranici](#).

Kaufland Rumunjska i Slovačka su nacionalna poduzeća koja su već započela svoj „Put prema nultoj stopi otpada“. Poduzeća Kauflanda u Njemačkoj i Kaufland Češka trebale bi taj put započeti u poslovnoj godini 2025., a Kaufland u Hrvatskoj slijedi u 2027. godini. Naš je cilj dobiti neovisnu certifikaciju u skladu s DIN SPEC 91436 za sva nacionalna poduzeća najkasnije do 2030. godine.

Radimo zajedno za zaštitu klime:

ČINIMO RAZLIKU SNAŽNIM PARTNERSTVIMA U LANCU OPSKRBE



Klimatske promjene su među najvećim izazovima našeg vremena. U Kauflandu igramo aktivnu ulogu u klimatskim akcijama i znamo da transformaciju možemo postići samo zajedno. Ublažavanje klimatskih promjena je složeno – osobito u globalnim opskrbnim lancima – i proteže se daleko izvan granica pojedinih poduzeća.

U Kauflandu želimo sudjelovati u učinkovitim klimatskim akcijama, što uključuje veliki izazov: dostupnost i kvaliteta klimatskih podataka duž

lanca vrijednosti. Iako s lakoćom možemo zabilježiti vlastite operativne emisije (Opseg 1 i 2), gotovo 99 posto naših ukupnih emisija generira se u uzvodnom i nizvodnom tokovima u lancu vrijednosti (Opseg 3, u skladu s GHG Protokolom) kao što su ekstrakcija, proizvodnja, prerada i prijevoz, sve do upotrebe, odlaganja i uporabe robe koju kupujemo i prodajemo. Dobivanje ovih podataka ovisi o uskoj suradnji s našim dobavljačima. Cilj nam je zajedno razviti pragmatična rješenja koja su ambiciozna, kooperativna i izvediva.

Na putu do neto nulte emisije: naš ambiciozni klimatski put

Kao poduzeće Grupe Schwarz svjesno smo odlučili krenuti prema neto nultoj emisiji s ciljem smanjenja svih stakleničkih plinova koje generiramo na neto nultu stopu najkasnije do 2050. godine. Naš pristup temelji se na znanstvenim saznanjima i ispunjava zahtjeve inicijative Znanstveno utemeljeni ciljevi (Science Based Targets initiative – SBTi).

No, nije dovoljno optimizirati samo vlastite procese; moramo se pozabaviti cijelim lancem opskrbe. To može uspjeti samo ako sve uključene strane odigraju svoju ulogu i ako radimo zajedno.



„Želimo dati specifičan doprinos postizanju cilja od 1,5 stupnja Pariškog sporazuma. Za nas je suradnja s našim dobavljačima i poslovnim partnerima u duhu uzajamnog povjerenja ključ učinkovitih klimatskih akcija.“

Jan Rebmann,
Član Upravnog odbora Međunarodna
nabava u Kaufland Stiftung & Co. KG



Suradnja je ključna za klimatske akcije

Ukupno
54 %
emisija koje treba
postići pokrivaju
dobavljači svojim
vlastitim klimatskim
ciljevima

Razvijanje klimatskih ciljeva i obračunavanje stakleničkih plinova složeni su zadaci koji zahtijevaju transparentnost, strpljenje i međusobno razumijevanje. Stoga pridajemo veliku važnost suradnji i ciljanj podršci. Cilj nam je u suradnji s našim dobavljačima, start-up tvrtkama i znanstvenom zajednicom stvoriti robusan okvir koji će nas čvrsto usmjeriti prema cilju od 1,5 stupnjeva.

Potičemo sve naše dobavljače s posebnom strateškom relevantnošću u pogledu klime¹ da

do kraja 2026. godine postave klimatske ciljeve u skladu s kriterijima SBTi. Ukupno 54 posto² emisija koje treba postići pokrivaju dobavljači svojim vlastitim klimatskim ciljevima (od lipnja 2025.). Oni se s tim ne suočavaju sami jer svojim poslovnim partnerima nudimo praktičnu podršku putem inicijative „Zajedno za više klimatskih akcija“, od informativnih materijala i digitalne obuke, preko smjernica, pa sve do mogućnosti sufinanciranja mjera za zaštitu klime. Cilj naše inicijative je što veća podrška našim dobavljačima na njihovom putu prema znanstveno utemeljenim ciljevima i zajedno s njima provoditi klimatske akcije.

¹ U pogledu klime, strateški dobavljači Kauflanda čine ukupno najmanje 80 posto emisija Opsega 3povezanih s proizvodima.

² Odnosi se na dobavljače koji su strateški važni iz perspektive klime.

Aktivna klimatska odgovornost u poljoprivredi

Primjeri iz našeg opskrbnog lanca pokazuju kako klimatske akcije mogu uspjeti u praksi. Naši poslovni partneri su dobri uzori i provode ambiciozne mjere za ublažavanje klimatskih promjena.

„Poljoprivreda ima veliki potencijal za sekvencijaciju ugljika, a upravo to je ono što moramo promicati. To zahtijeva jedinstvena, praktična rješenja“, kaže Franziska Elmerhaus, voditeljica poljoprivrednih projekata u Premium Food Group. Ovaj ključni dobavljač Kauflanda razvio je Klimatsku platformu za meso („Klimaplattform Fleisch“), digitalno rješenje za poljoprivrednike za jednostavno i pouzdano bilježenje svojih klimatskih podataka, bez obzira na oblik ili veličinu njihovog poslovanja.

„Poljoprivreda ima veliki potencijal za sekvencijaciju ugljika, a upravo to je ono što moramo promicati.“

Franziska Elmerhaus,
voditeljica poljoprivrednih projekata u Premium
Food Group



praksu kako bismo održali zdrav okoliš za buduće generacije“, kaže voditelj poslovanja Gut Kleefeld Harald Will. On slijedi holistički pristup umjesto oslanjanja isključivo na tehnička rješenja. Harald Will zagovara regenerativnu poljoprivredu. Time se smanjuju emisije stakleničkih plinova, poboljšava plodnost tla, smanjuje rizik od propadanja usjeva i podržava bioraznolikost na poljoprivrednom zemljištu.

Naš partner Klim i poljoprivredno gospodarstvo Gut Kleefeld iz Mecklenburg-Zapadnog Pomeranija također su aktivno uključeni u ublažavanje klimatskih promjena. „Na našoj je generaciji da nas vrati u zdravije prirodno okruženje i poljoprivrednu

Uz pomoć Klima, Will je već ostvario početni uspjeh. Gut Kleefeld sada obrađuje više od 60 posto svoje zemlje koristeći regenerativne prakse s ciljem povećanja tog udjela na 100 posto u 2026. godini.

Inteligentna podrška za klimatski prihvatljivu poljoprivredu

Kaufland Stiftung surađuje s AgriTech tvrtkom Klim kako bi podržao poljoprivrednike u njihovom prijelazu na regenerativne prakse. Digitalna platforma tvrtke Klim omogućuje poljoprivrednim poduzećima učinkovitije poslovanje i smanjenje emisija. Praktični prijedlozi olakšavaju primjenu metoda održive poljoprivrede, kao što su plodored, smanjena obrada tla i trajni pokrovni usjevi. Kaufland nudi izravne novčane poticaje za uspješne mjere koje poljoprivrednici dokumentiraju u aplikaciji. Aplikacija također objedinjuje relevantno znanje i podržava klimatske akcije u lancu opskrbe.

Ovi primjeri jasno pokazuju da ublažavanje klimatskih promjena funkcionira kada svi sudionici duž lanca vrijednosti preuzmu odgovornost i zajedno rade na primjenjivim i dugoročnim rješenjima. Također je važno otvoreno rješavati nedostatke u podacima i uspostaviti standarde koji potiču napredak, ali nisu previše opterećujući. To je jedini način da poduzeće i industrija daju stvarni doprinos klimatskim akcijama.

02 UPRAVLJANJE

Odgovorno upravljanje temelj je naših svakodnevnih aktivnosti u Kauflandu. Održivost smo ugradili u svoju strategiju, u skladu s time vodimo svoju organizaciju i ispunjavamo regulatorne zahtjeve. To nam omogućuje proaktivno vođenje našeg poduzeća, temeljeno na vrijednostima i s pogledom usmjerenim na budućnost.

PROFIL GRUPE KAUFLAND

1.577

trgovina

17

logističkih distribucijskih centara

5

pogona za preradu mesa, uključujući

1

tvornicu kobasica

Poduzeća Grupe Kaufland zastupljena su u osam europskih zemalja s 1.577 trgovina i otprilike 157.000 zaposlenika. U Njemačkoj, Poljskoj, Rumunjskoj, Češkoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Hrvatskoj i Republici Moldaviji, robna marka Kauflanda označava relevantan izbor, uvjerljivu kvalitetu, niske cijene i jednostavno iskustvo kupnje. Tvrtke Grupe Kaufland upravljaju s pet pogona za preradu mesa koji proizvode svježe meso i mesne i prerađevine za trgovine te sa 17 logističkih centara diljem Europe.

S prosječno 17.000 do 30.000 artikala po trgovini¹, Kaufland nudi širok asortiman prehrambenih proizvoda i proizvoda za svakodnevnu upotrebu. U poslovnoj godini 2024. Kaufland je ostvario prodaju od 35,2 milijarde eura, što je povećanje od 2,9 % u odnosu na prethodnu godinu.

U skladu s načelom „Kaufland svima omogućuje kupnju dobrih, zdravih i održivih proizvoda“, Kaufland hipermarketi, kao maloprodajne trgovine s cjelovitim asortimanom, nude širok izbor prehrambenih i drugih proizvoda koji zadovoljavaju sve potrebe. Glavni fokus je na svježim proizvodima. Asortiman proizvoda uključuje robne marke, atraktivne artikle vlastitih robnih marki, regionalne proizvode i široku paletu artikala koji pomažu u

POGONI ZA OBRADU MESA

Od otvaranja prve trgovine Kauflanda proizvodnja svježeg mesa i mesnih prerađevina za vlastite robne marke u rukama je poduzeća Kaufland Fleischwaren Gesellschaft koje raspolaže s pet pogona za preradu mesa, od kojih su četiri u Njemačkoj, a jedan u Češkoj Republici, gdje oko 3.000 zaposlenika svakodnevno prerađuje

zaštitu ljudi i životinja te očuvanju prirode.

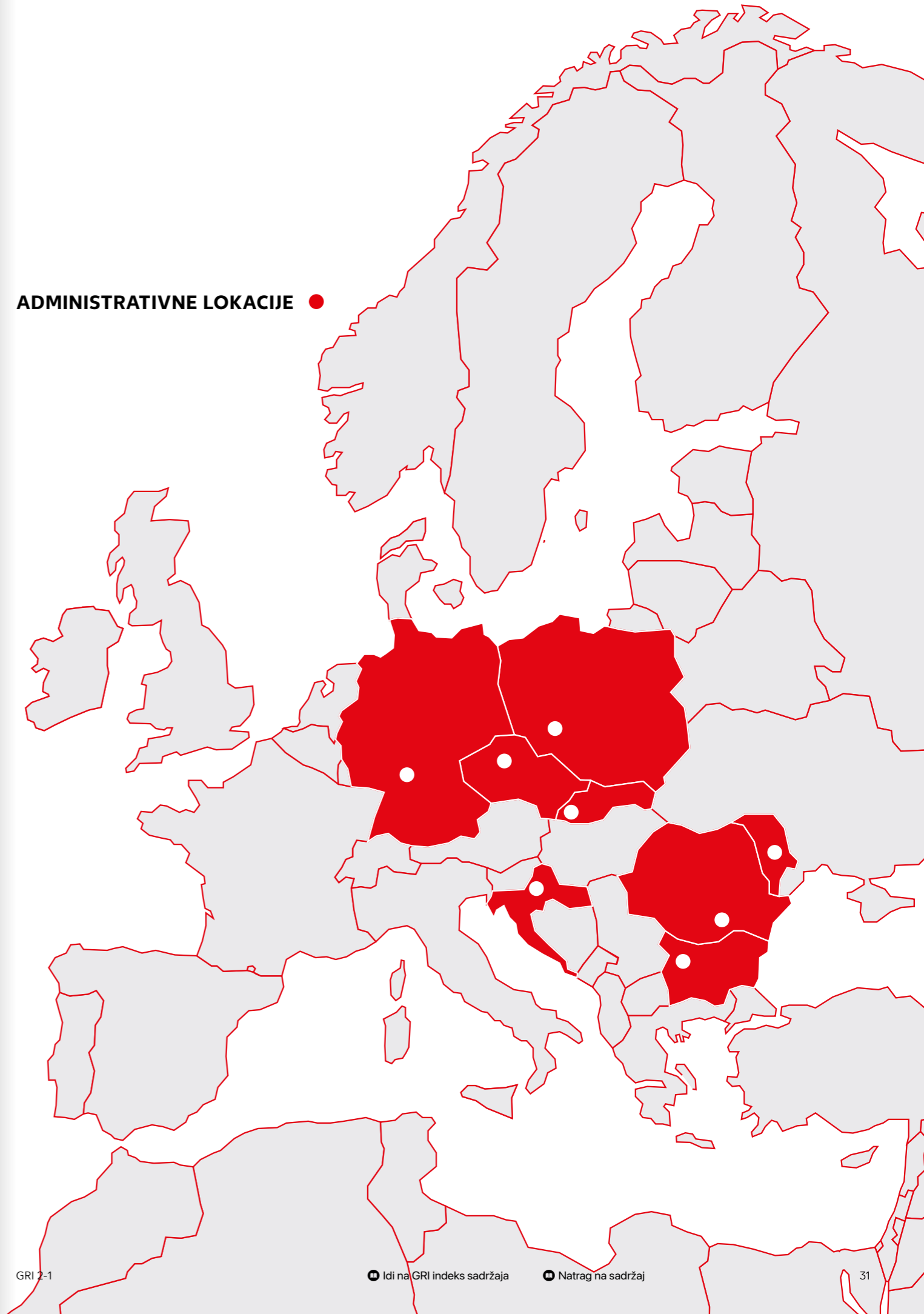
Oko 24 % prihoda ostvaruje se prodajom proizvoda vlastitih robnih marki proizvedenih izravno za Kaufland. Ostatak se odnosi na proizvode drugih robnih marki.

Kao poduzeće Grupe Kaufland, predani smo sveobuhvatnoj zaštiti okoliša, klime i bioraznolikosti. Uvijek se pridržavamo smjernica i strategija koje su zajednički razvijene i koje se primjenjuju na sva poduzeća unutar Grupe Kaufland.

Kaufland je prisutan u Hrvatskoj od 2001. godine. S 3.600 zaposlenika i 50 trgovina u 2024., Kaufland je jedan od vodećih trgovaca prehrambenim proizvodima u Hrvatskoj. U poslovnoj godini 2024., proširili smo mrežu trgovina u Hrvatskoj za dvije nove trgovine i zaposlili oko 100 novih zaposlenika.

svinjetinu, govedinu i perad. Pogoni Kauflanda za preradu mesa stoga su među vodećim poduzećima u proizvodnji mesa. Primarno mesom i mesnim prerađevinama opskrbljuju trgovine Kauflanda, gdje se proizvodi prodaju putem uslužnih pultova i polica za samoposluživanje.

ADMINISTRATIVNE LOKACIJE



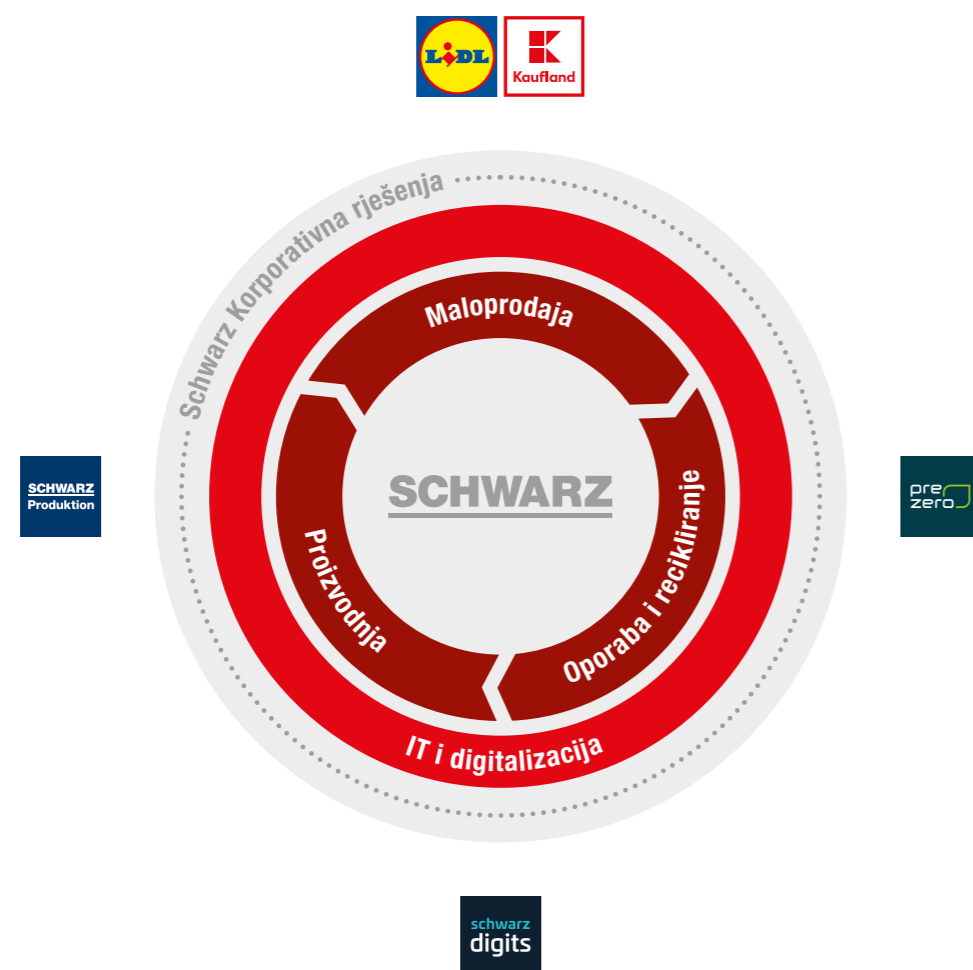
¹ Veličina asortimana razlikuje se među nacionalnim poduzećima i ovisi o veličini trgovine

Kaufland kao dio Grupe Schwarz

Grupa Schwarz jedna je od vodećih maloprodajnih grupa u svijetu s 595.000 zaposlenika u više od 30 zemalja i ukupnim prihodom od 175,4 milijardi eura. Malo je korporativnih grupa koje se odlikuju tolikom raznolikosti budući da poduzeća unutar Grupe Schwarz pokrivaju cjelokupni krug stvaranja vrijednosti. Sa sjedištem u Neckarsulmu, Baden-Württemberg, dvije maloprodajne divizije Lidl i Kaufland čine stupove na tržištu maloprodaje prehrambenih proizvoda. Osim toga, Schwarz

Produktion aktivan je u proizvodnji hrane, a PreZero u uslugama zaštite okoliša, dok se teme digitalizacije i IT-a obrađuju u zasebnoj diviziji, Schwarz Digits. Sva poduzeća unutar Grupe Schwarz primaju podršku od raznih uslužnih poduzeća u zemlji i inozemstvu. Na kraju poslovne godine 2024., Grupa Schwarz sastojala se od 1.237 poduzeća. U svim područjima Grupe Schwarz koristimo naš utjecaj na društvo i okoliš kako bismo pozitivno doprinijeli održivom razvoju te kombinirali ekologiju s gospodarstvom.

KRUG STVARANJA VRIJEDNOSTI PODUZEĆA SCHWARZ GRUPEPROIZVODNJA



MALOPRODAJA

Maloprodajne divizije Lidl i Kaufland svakodnevno svojim kupcima nude širok asortiman u više od 30 zemalja. Kontinuirano su uključene u razne mjere duž cijelog lanca vrijednosti, na primjer, za zaštitu klime i biološke raznolikosti ili očuvanje resursa.

OPORABA I RECIKLIRANJE

PreZero Grupa, kao pružatelj usluga zaštite okoliša u gospodarenju otpadom i recikliranju, slijedi svoju viziju recikliranja u zatvorenom krugu u deset zemalja i time doprinosi čišćoj budućnosti. Kao pionir u svojoj industriji na putu prema nultom otpadu, PreZero promiče učinkovito kružno gospodarstvo kako bi pozitivno utjecao na okoliš i društvo. Istodobno, PreZero podržava svoje partnere u gospodarstvu, sportu i općinama u transformaciji prema većem očuvanju resursa i učinkovitim gospodarenju reciklabilnim materijalima.

PROIZVODNJA

23 poduzeća unutar divizije Schwarz Produktion proizvode visokokvalitetne namirnice (pića, čokoladu, sladoled, pekarske proizvode, orašaste plodove i sušeno voće, kavu i tjesteninu) zajedno s održivom ambalažom i materijalima poput papira za maloprodajne divizije. Tri postrojenja za plastiku i recikliranje također su dio jedinstvenog kruga recikliranja PET-a.

IT I DIGITALIZACIJA

Schwarz Digits je IT i digitalna divizija Grupe Schwarz. Robne marke Schwarz Digitsa razvijaju i pružaju IT i digitalna rješenja diljem svijeta, primjerice, za digitalne proizvodne pogone, trgovine i formate e-trgovine, kao i programe vjernosti. Također vanjskim kupcima nude vrhunske usluge u oblaku, usluge kibernetičke sigurnosti, umjetne inteligencije i rješenja za maloprodajne medije.

USLUGE

Sve odjele poduzeća Grupe Schwarz podržava Schwarz Corporate Solutions. Djelujući kao pružatelj usluga, Schwarz Corporate Solutions osigurava administrativnu i operativnu strukturu za ostala poduzeća Grupe Schwarz, pokrivajući područja kao što su kontroling, financije i ljudski resursi, kao i nabava i nekretnine. Ovakav pristup omogućuje nam udruživanje snaga, iskorištavanje sinergija i partnersku suradnju u našem svakodnevnom poslovanju.

Lanac vrijednosti

Kao trgovac, Kaufland ima ulogu poveznice između proizvođača i krajnjih potrošača. U toj ulozi imamo izravne i neizravne odnose s našim kupcima te sa širokim rasponom dobavljača u brojnim lancima opskrbe. Aktivnosti stvaranja vrijednosti uzvodnog toka protežu se sve do uzgoja i žetve poljoprivrednih primarnih proizvoda, kao i do stočarskih i ribarskih poduzeća. Lanac vrijednosti proteže se od prerade sirovina do transporta robe u logističke centre i trgovine u kojima Kaufland nudi gotove proizvode kupcima – našoj ključnoj skupini koja je stoga i u središtu naših aktivnosti stvaranja vrijednosti nizvodnog toka. Cilj nam je ponuditi im proizvode koji su proizvedeni na odgovoran način.

Međutim, proizvodnja sirovina, prerada poljoprivrednih primarnih proizvoda te posljedični proizvodni i transportni procesi imaju utjecaj na okoliš i društvo. Mi želimo doprinijeti postupnom poboljšanju okolišnih i društvenih standarda i zato surađujemo s dobavljačima, smanjujemo upotrebu



sirovina gdje je to moguće te koncept zatvorenog kruga ugrađujemo već od faze proizvodnje. Predanost Kauflanda Hrvatska također djeluje na poboljšanje životnih i radnih uvjeta ljudi u zemljama proizvodnje.









Također, želimo iskoristiti svoj utjecaj u aktivnostima nizvodnog toka. Konkretno, kao trgovac hranom, imamo priliku oblikovati ponašanje širokog spektra potrošača te ih osnažiti da donose održive, informirane i zdrave odluke o kupnji. Zbog toga kontinuirano preispitujemo kako možemo naš asortiman učiniti zdravijim i održivijim te o tome transparentno informiramo naše kupce.

Naša struktura upravljanja

Izvršni odbor odgovoran je za operativno upravljanje poduzećima Kauflanda. Njegovi članovi na kraju poslovne godine 2024. bili su Jochen Kratz (Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG), Evelyn Opel (Kaufland Stiftung & Co. KG), Thorsten Sauter (Kaufland Stiftung & Co. KG), Ante Rados (Kaufland Stiftung & Co. KG) te predsjednik Frank Schumann (Kaufland Stiftung & Co. KG).

Svakim nacionalnim poduzećem Kauflanda te poduzećem Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG upravljaju nacionalni upravni odbori. Poduzeća Kauflanda u Poljskoj, Češkoj Republici, Hrvatskoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Rumunjskoj i Moldaviji neizravne su podružnice poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG.

Predsjednici upravnih odbora nacionalnih poduzeća su:

- 
Stefan Hoppe
 Poljska
 od listopada 2024 (prije Gunnar Günther do kraja ožujka 2024. i Michal Lagunionek do kraja rujna 2024.)
- 
Heiko Koch
 Češka Republika
- 
Patrick Rudat
 Hrvatska
- 
Sven Reinhard
 Slovačka
- 
Ivan Chernev
 Bugarska
- 
Marco Höbl
 Rumunjska
- 
Marco Höbl/Sergiu Fala
 Moldovija
- 
Jochen Kratz
 Njemačka
 (Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG)

PREDANOST ODRŽIVOSTI

Zajednički razvijeno vodeće strateško načelo Kauflanda „Omogućujemo svima kupnju dobrih, zdravih i održivih proizvoda“ vodeće je za aktivnosti održivosti na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Ono pokazuje kako se održivost provodi u praksi u Kauflandu i, prije svega, kako će se na ambiciozan način promovirati u budućnosti. Pritom je uvijek važno imati na umu dionike Kauflanda i okruženje.

Naša strategija održivosti

Održivost je čvrsto ugrađena u naše djelovanje i oblikuje sva područja našeg poslovanja. Održivi, zdravi i ekološki prihvatljivi proizvodi također dobivaju na važnosti za naše kupce. Nadalje, regulatorni zahtjevi koji se tiču održivosti posljednjih godina postali su mnogo stroži. Stoga možemo očekivati da će održivost u budućnosti imati još veći utjecaj na naše poslovanje maloprodaje prehrambenih proizvoda nego što je to imala do sada. Naša strategija odgovor je na taj razvoj. Ona utjelovljuje naš cilj da budemo odgovoran i u budućnosti održiv maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima te je namijenjena ispunjavanju i sadašnjih i budućih očekivanja naših dionika. Kaufland ide naprijed s jasnom misijom kao snažan i pouzdan trgovac prehrambenim proizvodima, poslodavac i partner kako bi postavio temelje za budućnost vrijednu življenja, s pristupom dobroj i održivoj hrani.

Strategiju održivosti razvili smo u skladu sa strategijom Kauflanda na razini cijelog poduzeća koju je pak razvila i usvojila Upravu suradnji s Odjelom korporativnog razvoja, što se također temelji na korporativnim načelima i implementiranim vrijednostima. Dodatne informacije o korporativnim načelima dostupne su u poglavlju [Jačanje društva](#).

Uostalom, ključna kompetencija Kauflanda leži u pružanju raznolikog asortimana prehrambenih proizvoda. Svoju ulogu vidimo u tome da dobru hranu učinimo dostupnom svima – sada i u budućnosti. To je rezultiralo našim strateškim fokusnim područjem „Dobra prehrana“, koje nam omogućuje da našim kupcima ponudimo stvarnu dodanu vrijednost, kao i kontrolu naših utjecaja na okoliš i društvo, s posebnim fokusom na ljudsko zdravlje i zaštitu našeg sve zagađenijeg planeta. Dobra prehrana čini sveobuhvatni okvir za našu predanost, što znači da sve aktivnosti vezane uz našu zajednički razvijenu strategiju održivosti dugoročno tome doprinose. Naša strategija zaokružena je fokusnim područjima „Zaštita okoliša“, „Očuvanje resursa“ i „Jačanje društva“. 16 kategorija koje obuhvaćaju našu predanost kroz sve naše poslovne aktivnosti.

Više informacija o svakom od fokusnih područja navedeno je u poglavljima [Zaštita okoliša](#), [Očuvanje resursa](#), [Jačanje društva](#), i [Dobra prehrana](#).

STRATEGIJA ODRŽIVOSTI



Naša struktura za održivost



Zajednički utvrđeno strateško usmjerenje poduzeća Kauflanda u pogledu održivosti koordinira na međunarodnoj razini Internacionalni odjel korporativne društvene odgovornosti i održivosti u skladu sa svojim ovlastima. Ovaj je odjel dio jedinice za Korporativne komunikacije koja je u nadležnosti predsjednika uprave Kaufland Stiftung & Co. KG. Ova se struktura primjenjuje i u Kauflandu Hrvatska, gdje je Nacionalni odjel društveno odgovornog poslovanja zadužen za koordinaciju obveza Kauflanda Hrvatska u pogledu održivosti. Kao dio sektora za Korporativne komunikacije u Hrvatskoj, izravno je odgovoran glavnom izvršnom direktoru Kauflanda Hrvatska i stalno ga obavještava o specifičnim planovima, razvoju i projektima vezanim uz održivost. Održavaju se redoviti sastanci između voditelja Korporativnih komunikacija i glavnog izvršnog direktora.

Osim utvrđivanja specifičnog međunarodnog okvira koji dalje definiramo na nacionalnoj razini poduzeća, internacionalni odjel korporativne društvene odgovornosti daje stručne preporuke, pruža pomoć te je odgovoran za koordinaciju usmjerenja održivosti kao onaj koji postavlja trendove i standarde. U Kauflandu u Hrvatskoj, projekti i aktivnosti temelje se na međunarodnom okviru zajedničke

strategije korporativne društvene odgovornosti. Štoviše, internacionalni i nacionalni odjeli funkcioniraju kao koordinacijska točka prema svim ostalim odjelima poduzeća Grupe Kaufland. U toj ulozi pružaju operativnu podršku u planiranju, koordinaciji i optimizaciji svih zajednički razvijenih aktivnosti održivosti, kao i u usklađivanju sa zajednički usvojenim strateškim okvirom.

Odjel za Održivu nabavu u Kaufland Stiftung & Co. KG i Kauflandu Hrvatska funkcionira kao strateška i stručna kontakt točka za pitanja održivosti vezana uz nabavu te ispunjavanje naše odgovornosti u lancu opskrbe za naše proizvode. Bliska suradnja između odjela nabave i kolega zaduženih za održivost u nabavi omogućuje ciljne mjere koje nam pomažu u ispunjavanju naše odgovornosti kao maloprodajnog trgovca prehrambenim proizvodima.

Osim toga, suradnja na projektima između poduzeća cijele Grupe Schwarz rezultira razmjenu između odjela o njihovim obvezama u pogledu održivosti, što pak omogućuje i potiče prijenos znanja i sinergiju.

2019. godine u Kauflandu u Hrvatskoj formirana je radna skupina za društveno odgovorno poslovanje. Čine je voditelji različitih područja. Cilj je redoviti dijalog između odjela u kojem se pitanja održivosti aktivno promiču na ciljani način te se zajednički utvrđuju strateški ciljevi i akcije.

ULOGA UPRAVNOG ODBORA

Temeljna odgovornost za održivo usmjerenje Kauflanda leži na svakom pojedinom poduzeću u sklopu Grupe Kaufland. Pojedinačni članovi upravnih odbora odgovorni su za nadzor mjera održivosti svojih poslovnih jedinica. Ova uloga uključuje aktivno sudjelovanje u projektima i mjerama održivosti. Ovisno o području i projektu, identificiraju se relevantni odjeli, a predstavnici se integriraju u različite odbore s jasnim ulogama i zadacima. Odjel društveno odgovornog poslovanja izravno odgovara najvišem odgovarajućem tijelu upravljanja, kako u Kaufland Stiftung & Co. KG, tako i ovdje u Kauflandu u Hrvatskoj. Razvoj, odobravanje i ažuriranje pitanja vezanih uz održivost koordiniraju izravno odjeli za održivost s Upravom, pri čemu se komuniciraju i kritični problemi. Ova izravna veza skraćuje linije izvještavanja i omogućuje brzu razmjenu znanja. Pružanjem svih relevantnih informacija, odgovorni odjeli omogućuju donošenje informiranih odluka.

Uprava je odgovoran za validaciju i odobravanje strateških smjernica kao što je procjena materijalnosti na međunarodnoj razini. Ključne pokazatelje uspješnosti (KPI) za održivost prikupljene na godišnjoj razini pregledava i odobrava Uprava Kauflanda Hrvatska, kako tijekom procesa prikupljanja, tako i prije objave konačnih izvještaja o održivosti.

UPRAVLJANJE KORPORATIVNO DRUŠTVENOM ODGOVORNOSTI

Kao dio naše zajednički razvijene strategije korporativne društvene odgovornosti, cilj nam je dodijeliti specifične prekretnice i mjerljive ciljeve našim projektima i akcijama. Mjerenje napretka čini osnovu upravljanja korporativnom odgovornosti te je sustavno integrirano kao dio našeg godišnjeg ciklusa planiranja i strategije, a pouzdano upravljanje podacima kontinuirano se unaprjeđuje.

Do poslovne godine 2024. za upravljanje održivošću korišteno je softversko rješenje na razini grupe s ciljem stvaranja veće transparentnosti u pogledu aktivnosti vezanih za korporativnu odgovornost. Kako se zahtjevi za upravljanjem i izvještavanjem povećavaju, još 2023. implementirali smo na međunarodnoj razini strukturirani proces odabira novog softverskog rješenja za sva poduzeća Grupe Schwarz. Internacionalni odjel za društveno odgovorno poslovanje se tijekom izvještajnog razdoblja fokusirao na tehnički razvoj i implementaciju odabranog softverskog rješenja za Kaufland. Komercijalno uvođenje slijedi postupno u sljedećoj poslovnoj godini. To će značajno ojačati upravljanje održivošću temeljeno na podacima.

Nadalje, kontinuirano unaprjeđujemo naše ključne pokazatelje održivosti. Koordinirani proces prikupljanja podataka provodi se na temelju kolektivno definiranog skupa ključnih pokazatelja uspješnosti (KPI) za društveno odgovorno poslovanje korištenjem standardiziranih definicija i parametara u svim subjektima i nacionalnim poduzećima. Skup KPI-jeva revidiramo i ažuriramo na godišnjoj razini. Sveobuhvatan raspon kontrolnih mjera na više razina i integracija uspostavljenih kontrolnih struktura osiguravaju visoku kvalitetu više od 1000 ključnih pokazatelja uspješnosti za održivost.

KORPORATIVNA DUŽNA PAŽNJA

U poduzećima Grupe Schwarz već nekoliko godina je na snazi zajednički razvijen **Kodeks ponašanja za poslovne partnere** u kojem iznosimo naša očekivanja u pogledu poštivanja ljudskih prava i ekoloških standarda te također pridržavamo pravo revizije usklađenosti poslovnih partnera s istima. Procese potrebne za adekvatnu zaštitu ljudskih prava među njihovim zaposlenicima i usklađenost s ekološkim standardima također utvrđujemo u našim korporativnim načelima, politikama i proceduralnim uputama. Dodatne informacije možete pronaći u poglavlju **Jačanje društva**.

POLITIČKO ZASTUPANJE INTERESA

Što se tiče političkog zastupanja interesa na nacionalnoj i međunarodnoj razini, uvijek imamo na umu promicanje održivog razvoja, primjerice u područjima zdrave prehrane i održivog pakiranja. Prijedlozi za poboljšanje i prepreke napretku stalno se i konstruktivno razmatraju u dijalogu s donositeljima odluka. S uredom u Bruxellesu, Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG također je registriran u Registru transparentnosti Europske

Procjena materijalnosti

U našoj procjeni materijalnosti redovito analiziramo prilike, rizike i utjecaje povezane s održivošću koji proizlaze iz naših poslovnih aktivnosti. Cilj nam je dobiti sveobuhvatan pregled te iz njega izvesti i doraditi relevantan sadržaj za naše izvještavanje o održivosti i strateški plan.

unije i tamo podliježe odgovarajućem Kodeksu ponašanja. Odgovoran je za zastupanje interesa poduzeća Grupe Schwarz, pa tako i interesa poduzeća Kaufland u političkoj areni u kojoj je angažiran. Osim toga, poduzeće uspostavlja stajališta o temama relevantnim za politiku ili društvo, surađujući s odjelima na uključivanju njihovih specifičnih fokusnih područja. Poduzeća Grupe Schwarz sudjeluju u političkim raspravama isključivo na temelju sadržaja te ne daju donacije političkim strankama.

Odjel za „Public Affairs“ aktivan je unutar Sektora korporativnih komunikacija u Kaufland Stiftung & Co. KG. U Kauflandu u Hrvatskoj teme iz područja „Public Affairs“ provodi voditeljica Korporativnih komunikacija uz podršku kolegice iz Odjela za društveno odgovorno poslovanje. Zajedničkim snagama one pružaju savjete i podršku različitim odjelima te predstavljaju Kaufland kao tvrtku Grupe Schwarz u industrijskim udruženjima i tijelima te održavaju otvoren dijalog s dionicima i partnerima.

PROCES ODREĐIVANJA MATERIJALNOSTI

Poduzeća Grupe Schwarz dovršila su sveobuhvatnu i potkrijepljenu procjenu dvostruke materijalnosti 2023. godine. Na temelju dimenzija „materijalnost utjecaja“ i „financijska materijalnost“ ocijenjena je ukupno 31 tema održivosti. One su izvedene iz popisa Europskih standarda izvještavanja o održivosti koji su grupirani i nadopunjeni temama specifičnim za tvrtku.

U sljedećem koraku ovim su temama pridruženi utjecaji te financijske prilike i rizici. Osim toga, svakoj su temi pridruženi interni i eksterni dionici na koje ti utjecaji, prilike i rizici mogu utjecati. Identificirani su stručnjaci iz Kaufland Stiftung & Co. KG za procjenu materijalnosti u ime Grupe Kaufland. Zajedno sa svojim timovima procijenili su materijalnost pojedinačnih utjecaja, prilika i rizika povezanih sa svakom temom. Uzeti su u obzir i interesi dionika.

Na taj je način nastao popis materijalnih tema za Kaufland kojima su u završnom koraku dodijeljeni relevantni pokazatelji u skladu s Globalnom inicijativom za izvještavanje. To je omogućilo određivanje konačnog sadržaja ovog izvještaja. Više detalja o profilu izvještaja potražite u poglavlju **O ovom izvještaju**.

U procjeni je uzet u obzir cijeli lanac vrijednosti, a odgovarajući utjecaji, prilike i rizici dodijeljeni su u skladu s tim – na primjer, lancu vrijednosti uzvodnog toka, operacijama, lancu vrijednosti nizvodnog toka i svim fazama. Time smo se, zajedno s poduzećima Grupe Schwarz, pripremili za nadolazeću Direktivu o korporativnom izvještavanju o održivosti (CSRD). Također smo razmotrili utjecaje, prilike i rizike povezane s ljudskim pravima, kako u poslovanju tako i u lancu vrijednosti.

Utjecaji koji su igrali ključnu ulogu u određivanju materijalnih tema, pored prilika i rizika, sustavno su određeni prema prioritetu. Prvo je napravljena razlika između stvarnih i potencijalnih utjecaja u svakom slučaju, bilo pozitivnih ili negativnih. Utjecaji klasificirani kao stvarni ponderirani su kao

važniji od potencijalnih utjecaja. Negativni utjecaji procijenjeni su na temelju tri faktora: razmjera, opsega i reverzibilnosti. Faktor reverzibilnosti nije primijenjen na pozitivne utjecaje. Potencijalni utjecaji također su ocijenjeni na temelju vjerojatnosti.

Sve teme prikazane su na jedinstvenoj ljestvici prioriteta na razini cijele grupe. S ostalim poduzećima Grupe Schwarz definirali smo prag iznad kojeg se tema smatra materijalnom. To omogućuje usporedivost unutar cijele Grupe.

U opisanom procesu posebno su uzeti u obzir sljedeći dionici:

- Potrošači, kupci i (krajnji) korisnici
- Zaštita potrošača
- Zaposlenici
- Rukovoditelji
- Dobavljači, proizvođači
- Pružatelji usluga, poslovni partneri
- Investitori, banke, osiguravajuća društva
- Konkurenti
- Udruženja
- Sindikati
- Kreatori politika, nadležna tijela, uredi
- Stanovnici, općine, susjedstva
- Nevladine organizacije, civilno društvo i inicijative
- Tisak, mediji
- Radnici u lancu vrijednosti
- Znanost
- Priroda

NAŠE MATERIJALNE TEME

Opisana analiza otkrila je šest materijalnih tema unutar tri kategorije: okoliš, društvo i upravljanje (ESG). Dobrovoljno izvještavamo i o osam dodatnih tema. Dodatne informacije možete pronaći u poglavlju [O ovom izvještaju](#).

Fokusna područja	Materijalne teme (ESRS)	Odgovarajuće teme u strategiji održivosti	Teme o kojima dobrovoljno izvještavamo
DOBRA PREHRANA	<ul style="list-style-type: none"> Kupci i krajnji korisnici: sigurnost 	<ul style="list-style-type: none"> Održivije alternative 	<ul style="list-style-type: none"> Promicanje raznolike i zdrave prehrane Poboljšanje dobrobiti životinja¹ Jačanje regionalnosti¹
ZAŠTITA OKOLIŠA	<ul style="list-style-type: none"> Prilagodba klimatskim promjenama Zaštita okoliša Energija 	<ul style="list-style-type: none"> Klimatski prihvatljivija gradnja Klimatski prihvatljiviji lanac opskrbe Optimizacija transporta i logistike 	<ul style="list-style-type: none"> Očuvanje bioraznolikosti i tla
OČUVANJE RESURSA	Nema materijalnih tema	Nema materijalnih tema	<ul style="list-style-type: none"> Poticanje kružnog gospodarstva Odgovorno ophođenje sirovinama¹ Smanjenje otpada od hrane
JAČANJE DRUŠTVA	<ul style="list-style-type: none"> Zaposlenici: radni uvjeti Lanac vrijednosti: Jednak tretman i prilike za sve 	<ul style="list-style-type: none"> Atraktivan poslodavac Jačanje radnih i ljudskih prava 	<ul style="list-style-type: none"> Društveni angažman

¹ Tema se spominje samo u sveobuhvatnom pristupu upravljanju; nisu objavljeni GRI pokazatelji.

U DIJALOGU S NAŠIM DIONICIMA

Kroz dijalog s dionicima nastojimo rano identificirati rizike, razviti inovativna rješenja i promicati društveno prihvaćanje naših postupaka. Stoga je kontinuirani dijalog s našim internim i eksternim dionicima ključna komponenta upravljanja održivošću u Kauflandu. Poduzeća Grupe Kaufland posluju u mnogim zemljama, što znači da na različite načine surađuju s brojnim nacionalnim i međunarodnim dionicima. Suradnja puna povjerenja temelji se na slušanju mišljenja drugih, razmjeni ideja i iskustava te nastojanju da se pronađe najbolje rješenje.

Komunikacija stoga teče u oba smjera. Redovito informiramo sve naše dionike o našim aktivnostima. Za to koristimo različite metode kao što su izvještaji o održivosti, priopćenja za javnost, smjernice i brošure za kupce za vanjske dionike i kupce te intranet portal i aplikacija za naše zaposlenike. Uključeni smo u suradnje i mreže te sudjelujemo u formatima dijaloga i razmjeni informacija koje organiziraju treće strane. Na primjer, redovito sudjelujemo u konstruktivnom dijalogu s nevladinim organizacijama, što ne samo da daje inspiraciju za održivi razvoj našeg asortimana proizvoda, već nam omogućuje i zauzimanje stajališta o različitim društveno relevantnim

pitanjima. Također potičemo i omogućujemo izravnu i međusobnu razmjenu organiziranjem niza događaja i osobnih sastanaka. To uključuje dijaloge sa susjedima i stanovnicima koji se održavaju usporedno s većim građevinskim projektima. Ovaj pristup osigurava transparentno informiranje dionika o procesima donošenja odluka i njihovo aktivno uključivanje.

TSvojom stručnošću, opažanjima te kritičnim i konstruktivnim interakcijama s Kauflandom, naši dionici pružaju vrijedne povratne informacije koje se prenose na naš rad. Osim toga, Kaufland Hrvatska uključen je u niz suradnji i mreža te sudjeluje u formatima dijaloga i razmjene informacija koje organiziraju treće strane. Više informacija možete pronaći u poglavlju [Strateška partnerstva](#).

Suradnju gradimo na stalnoj komunikaciji s našim dionicima i koristimo njihove vrijedne povratne informacije.

SKUPINE DIONIKA I KOMUNIKACIJSKI KANALI

Zaposlenici/voditelji: Intranet, časopis za zaposlenike, radijska postaja za zaposlenike, aplikacija za zaposlenike, društveni mediji, interne brošure, inicijativa ideja „K-Ideen“, opći i specifični tečajevi osposobljavanja (npr. o održivosti, dobrobiti životinja ili upravljanju energijom), kampanje o održivim temama za zaposlenike, radna skupina za društveno odgovorno poslovanje, uvođenje u posao za nove zaposlenike, mrežne ankete, npr. nakon seminara i tečajeva osposobljavanja.

Kupci: Brošura za kupce, upravljanje odnosima s kupcima, prodajno mjesto, društveni mediji, letak, mrežna stranica, oglasi u vanjskim časopisima (npr. časopisi općeg interesa), isticanje žigova na proizvodima, priznate oznake održivosti.

Kreatori politika: Obilasci trgovina s političkim predstavnicima, okrugli stolovi, sudjelovanje u inicijativama, prisustvovanje sajmovima i industrijskim događajima, odgovaranje na upite dionika, političko zastupanje interesa putem sektora Korporativnih komunikacija.

Udruženja: Obilasci trgovina, predavanja, sudjelovanje u radnim skupinama i/ili inicijativama s više dionika, osobni sastanci, prisustvovanje sajmovima i industrijskim događajima, odgovaranje na upite dionika.

Poslovni partneri: Godišnje revizije (s dobavljačima), sudjelovanje u tematskim (industrijskim) događajima i sajmovima, konvencije dobavljača pogona za preradu mesa Kaufland, osobni dijalog.

Nevladine organizacije i inicijative: Sastanci u vezi s inicijativama/članstvima, panel rasprave, sudjelovanje u anketama nevladinih organizacija, osobni dijalog i godišnje revizije, sudjelovanje u tematskim događajima.

Mediji: Obilasci trgovina, priopćenja za javnost, društveni mediji, oglasi, mrežna stranica.

Banke: Dijalog o ESG upitima, ESG rejting poduzeća Grupe Schwarz.

Znanstvena zajednica: Predavanja i događaji, projekti sa sveučilištima i institucijama (također u kontekstu inicijativa).

U redovitim intervalima, ali najmanje svake dvije godine, procjenjujemo koji su dionici relevantni za poduzeća Grupe Kaufland. Procjena se temelji na vanjskim upitima, kao što su oni nevladinih organizacija, i širokom praćenju tema koje se pojavljuju u društvenim raspravama. Istodobno, uzimamo u obzir i sve promjene u odgovornostima od strane političara ili nevladinih organizacija. Također se radi usporedba s rezultatima procjene materijalnosti i povezanim temama.

DOGAĐAJI ZA DIONIKE

Događaji za dionike sastavni su dio našeg upravljanja dionicima i pomažu u stvaranju transparentnosti, jačanju mreža i poticanju održivih inovacija. Spoznaje i ideje dobivene na tim događajima za dionike ciljano se koriste u doradi naše strategije održivosti i realizaciji specifičnih akcija.

Kaufland u Hrvatskoj

Kaufland u Hrvatskoj pokazao je svoju predanost održivosti između ostalog organizacijom panel rasprave „Održivost na djelu“ na kojoj je predstavio svoj treći Izvještaj o održivosti. Program događaja bio je usmjeren na detaljan prikaz društveno odgovornog poslovanja Kauflanda u Hrvatskoj i transparentan prikaz utjecaja poslovanja tvrtke na gospodarstvo, okoliš i društvo. Prilika za povezivanje i interakciju s partnerima, dobavljačima, političarima i drugim dionicima bila je ključni fokus za Kaufland na tom događaju.

U lipnju 2024. Kaufland je organizirao i događaj kojim je obilježen službeni početak projekta „Bez oklijevanja“. U okviru projekta Kaufland je dobrovoljna vatrogasna društva diljem Hrvatske podržao s više od 250.000 eura. Na događaju su se okupili predstavnici Hrvatske vatrogasne zajednice, novinari i drugi dionici važni za osvještavanje o važnosti i pružanje podrške hrvatskom vatrogastvu. Okupljeni gosti na događaju su naučili više o vatrogastvu u Hrvatskoj i vidjeli kompleksnu požarnu vježbu uživo.



Strateška partnerstva

Kaufland vidi sebe kao aktivnog partnera u društvenim i političkim raspravama. Zbog toga su praćenje zakonodavstva, razgovor s političkim dionicima i rad s udruženjima na oblikovanju javnog mišljenja u sektoru sastavni dio našeg rada. Naš krajnji cilj je biti u mogućnosti što brže i lakše prenijeti zakonske zahtjeve u operativnu praksu te surađivati s dobavljačima na ranom identificiranju budućih tema. U tu svrhu surađujemo i s priznatim organizacijama koje nude certifikaciju, kao što su Rainforest Alliance i Fairtrade, kao i s udruženjima za organsku hranu, primjerice Demeter i Bioland. Više informacija o upotrebi eksternih žigova i certifikata navedeno je u poglavlju **Dobra prehrana**.

Aktivno smo uključeni u različita partnerstva i suradnje s više dionika na nacionalnoj i međunarodnoj razini, kao što su Okrugli stol o održivom palminom ulju (RSPO), Forum za održivo palmino ulje (Forum Nachhaltiges Palmöl; FONAP), Inicijativa za održive poljoprivredne opskrbe lance (SASI) (prijašnji naziv Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten, INA), Njemačka inicijativa za održivi kakao (Forum Nachhaltiger Kakao), Inicijativa za održive orašaste plodove (Sustainable Nut Initiative), Platforma za održivu rižu (SRP), Forum moderne poljoprivrede (Forum Moderne Landwirtschaft) i Donau Soja. Cilj ovih platformi s više dionika je suradnja sa svim dionicima u lancu opskrbe radi provedbe prikladnih mjera i rješenja za odgovorno korištenje resursa u lancu vrijednosti i za nabavu sirovina.

GLOBALNI SPORAZUM UJEDINJENIH NARODA

Poduzeća Grupe Kaufland prepoznaju svoju posebnu odgovornost za održivi razvoj i obvezuju se djelovati na način koji promiče društvenu, zdravstvenu i ekološku svijest u svom svakodnevnom poslovanju. Ova jasna predanost održivosti također bi trebala biti transparentna za javnost. Poduzeća Grupe Schwarz 2020. godine pridružile su se Globalnom sporazumu Ujedinjenih naroda (UNGC) te su se time obvezale na poštivanje i promicanje Deset načela UNGC-a. Poduzeća smatraju svojom korporativnom odgovornošću zalaganje za jačanje zaštite ljudskih prava, pravedne plaće i sigurne radne uvjete u

svim područjima svojih poslovnih aktivnosti diljem svijeta. Kaufland se protivi svim oblicima korupcije te je predan zaštiti okoliša i klime. U sklopu godišnjeg procesa „Komunikacije o napretku“, poduzeća Grupe Schwarz dokumentiraju svoje odgovarajuće mjere i napredak. Kao dio Grupe Schwarz, Kaufland daje važan doprinos i već je u prošlosti implementirao niz mjera kako bi podržao načela održivog globalnog gospodarstva.

¹ Članstvo u PANAO partnerstvu isteklo je 2024. godine.

² Prije pridruženja Svjetskom forumu za banane, aktivnosti Kauflanda su od 2014. godine bile grupirane u okviru Akcijskog saveza za održive banane koji je 2022. godine spojen s radnom skupinom Svjetskog foruma za banane.

Prikaz obveza i članstava Kauflanda Hrvatska naveden je unastavku:

- HGK, Hrvatska gospodarska komora
- HUP, Hrvatska udruga poslodavaca
- Njemačko-hrvatska komora za gospodarstvo i industriju
- Povelja o volontiranju zaposlenika
- Tvrtka prijatelj zdravlja
- CEP, Certifikat poslodavac partner
- Top Employer
- HR PSOR, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj
- AHK Njemačko-hrvatska industrija i trgovinska komora

Interesi poduzeća Kauflanda zastupljeni su i putem članstva Kaufland Stiftung & Co. KG u sljedećim udruženjima, inicijativama i organizacijama, a Kaufland International također surađuje s tim partnerima:

- Allianz der Pioniere Savez pionira (od 2024.)
- AWS – Savez za upravljanje vodama
- Povelja A.I.S.E.za održivo čišćenje
- Donau Soja
- Hrana za bioraznolikost e.V.
- Forum Nachhaltiger Kakao e.V. (Njemačka inicijativa za održivi kakao)
- Forum Nachhaltiges Palmöl e.V. (FONAP; Forum za održivo palmino ulje)
- Fur Free Retailer
- GLOBALG.A.P.
- International Featured Standards (IFS)
- Juice CSR Platform
- Partnerschaft für Nachhaltigen Orangensaft (PANA0; Partnerstvo za održivi sok od naranče)¹
- ProTerra
- Okrugli stol o odgovornoj soji (RTRS)
- Okrugli stol o održivom palminom ulju (RSPO)
- Inicijativa za održive poljoprivredne lance opskrbe (SASI)
- Svjetski forum za banane²

Interesi Kauflanda Hrvatska kao dijela Grupe Schwarz također su zastupljeni u sljedećim institucijama:

- Zaklada Ellen MacArthur (član od 2018.)
- Inicijativa za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi) (član od 2020.)
- UN Globalni sporazum (sudionik od 2020.)

USKLAĐENOST

Za sva poduzeća Grupe Schwarz, ekonomski uspjeh neraskidivo je povezan s odgovornim korporativnim upravljanjem – a to vrijedi i za Kaufland.

U Kauflandu poslujemo u skladu s jasnim načelima. Ona uključuju izbjegavanje i minimiziranje negativnih utjecaja naših poslovnih aktivnosti na okoliš, gospodarstvo i društvo u sklopu naše korporativne dužne pažnje te dosljedno poštivanje svih primjenjivih zakona.


Naš sustav upravljanja usklađenošću

Kaufland je implementirao Sustav upravljanja usklađenošću koji uključuje obvezujuće zahtjeve tog sustava. Ti zahtjevi definiraju određene standarde i elemente kako bi se osigurala usklađenost na odgovarajućoj razini. Ključna komponenta sustava je izbjegavanje i identificiranje bilo kakvih kršenja primjenjivih zakona i internih politika te odlučno postupanje i progon ako se kršenja utvrde (načelo nulte tolerancije). Glavna područja fokusa sustava uključuju borbu protiv korupcije/prijevare, zaštitu podataka, pravo zaštite tržišnog natjecanja, lanac opskrbe i ljudske resurse.

Mjere dostupne u okviru Sustava upravljanja usklađenošću uključuju razvoj i komunikaciju pravila i propisa (npr. pravila o postupanju s poticajima i pravila o zaštiti podataka), provođenje obuke te istraživanje svih internih i eksternih prijava mogućeg kršenja zakona. Ako se identificira praznina u postojećim mehanizmima, nalazi se unose u Sustav upravljanja usklađenošću. Politike i zahtjevi objavljuju se na intranetskim stranicama tvrtke.

Kršenja primjenjivih zakona mogu rezultirati financijskim gubitcima za nas i oštetiti naš ugled. Osim toga, takva kršenja mogu rezultirati osobnom odgovornošću za štetu i kaznenopravnim posljedicama za pojedine zaposlenike ili članove uprave dotičnog poduzeća. Postupci našeg poduzeća i naših zaposlenika stoga podliježu središnjem korporativnom načelu „Pridržavamo se primjenjivih zakona i internih smjernica“ koje je obvezujuće za sve zaposlenike. Kaufland i njegovo rukovodstvo izričito se obvezuju na poštivanje ovog korporativnog načela i osiguravanje njegove primjene u praksi.

Odjeli odgovorni za usklađenost pregledavaju učinkovitost opisanih mjera. Sektor za pravne poslove i usklađenost u tu svrhu ocjenjuje različite izvatke podataka iz IT sustava te nalaže dodatne ad hoc i na riziku temeljene posebne preglede. Interna revizija Kauflanda redovito pregledava Sustav upravljanja usklađenošću u cjelini.

Svi standardni ugovori sklopljeni između Kauflanda i poslovnih partnera sadrže klauzulu o usklađenosti koja utvrđuje obvezu poštivanja svih relevantnih zakonskih odredbi. Standardni ugovori Kauflanda također sadrže Kodeks ponašanja za poslovne partnere. Više informacija o Kodeksu ponašanja za poslovne partnere navedeno je u poglavlju **Jačanje društva** .



Mehanizmi za pritužbe

Službenik za usklađenost i tim za usklađenost (compliance@kaufland.com) te sustav za mrežno prijavljivanje dostupni su svim stranama u lancu opskrbe kao kontakt točke i kanali za prijavu potencijalnih kršenja usklađenosti. Sustav za mrežno prijavljivanje dostupan je 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, na više jezika. Zaposlenici također mogu kontaktirati tim za usklađenost i predstavnike za odnose sa zaposlenicima te radnička vijeća – anonimno i povjerljivo. Sektori za pravne poslove i usklađenost nacionalnih poduzeća te Kaufland Stiftung & Co. KG pripremaju tromjesečne i godišnje izvještaje kojima informiraju odgovarajuće rukovodstvo o značajnim pitanjima i

razvoju događaja. Jednostavan pristup donositeljima odluka omogućuje prosljeđivanje i razmjenu informacija u svakom trenutku. Sva značajna kritična pitanja prijavljuju se najvišem tijelu upravljanja u poduzećima Kauflanda.

Uključeni smo u različite inicijative s više dionika kako bismo potaknuli učinkovitost sustava prijavljivanja općenito i u svim industrijama te proširili doseg vlastitih mehanizama za pritužbe.



03 DOBRA PREHRANA

Želimo učiniti naš asortiman proizvoda zdravijim i održivijim te time preuzeti odgovornost za ljude, životinje i okoliš. Promišljenim odlukama o asortimanu, jasnim kriterijima i bliskim partnerstvima, cilj nam je doprinijeti pravilnoj prehrani koja ne samo da je ukusna, već i čini dobro za budućnost.

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI

Našim velikim i svestranim asortimanom zdravih i održivih proizvoda promičemo dobru prehranu koja je dostupna svima. Kontinuirano ćemo raditi na poboljšanju utjecaja našeg asortimana na promicanje zdravlja i zaštitu okoliša. Cilj nam

je do 2035. godine učiniti Kaufland u Hrvatskoj mjestom za kupnju s najboljim proizvodima za dobru i osviještenu prehranu.

Cilj	Rok	Mjerenje KPI-ova	Status	Ostvarenje cilja u poslovnoj godini 2024
Za sve proizvode vlastite robne marke koji su prema kriterijima Svjetske zdravstvene organizacije klasificirani kao nezdravi, suzdržavamo se od korištenja dizajna pakiranja proizvoda usmjerenog na djecu. Promjene se postupno implementiraju do 2025. godine za sva relevantna pakiranja proizvoda vlastite robne marke.	2025.	Udio artikala vlastite robne marke s revidiranim dizajnom	✓	100%
Naš cilj za nadolazeće godine je progresivno povećavati udio biljnih izvora bjelančevina i proširiti naš asortiman novim i inovativnim proizvodima.	⚙️	Cilj i metode mjerenja u razvoju		

✓ Achieved
↗ Increase
↘ Decrease
⊖ No change
⚙️ Ongoing

PRISTUP UPRAVLJANJU

Kao snažan i pouzdan maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima, poslodavac i partner, želimo postaviti temelje za budućnost vrijednu življenja i pomoći osigurati da svi ljudi imaju pristup pravilnoj i održivijoj prehrani. Ovaj smo pristup ugradili kao načelo u korporativnu

strategiju; on čini osnovu naše predanosti održivosti koju sustavno provodimo našom strategijom korporativne društvene odgovornosti. Više informacija o strategiji korporativne društvene odgovornosti možete pronaći u poglavlju [Upravljanje](#).

Izazovi: Posljedice naše prehrane

Naša prehrana ima značajan utjecaj na naše zdravlje.¹

Prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji, ljudi diljem svijeta jedu sve više hrane bogate kalorijama, mastima i šećerima, a istodobno se sve manje bave tjelesnom aktivnosti. Neuravnotežena prehrana, osobito u kombinaciji s nedovoljnom tjelesnom aktivnosti, može povećati rizik od prekomjerne težine, pretilosti, a time i bolesti povezanih s prehranom kao što su dijabetes tipa 2 i kardiovaskularne bolesti.² Proizvodnja hrane također može imati negativne utjecaje na okoliš i društvo. Jedan od primjera je intenzivno korištenje zemljišta povezano s proizvodnjom i konzumacijom mesa, što doprinosi klimatskim promjenama i izumiranju vrsta, kao i gladi i nestašici vode. Proizvodnja mesa zahtijeva puno više prostora u usporedbi s proizvodnjom biljne hrane. Proizvodnja hrane također može loše utjecati na radnike, primjerice zbog loših uvjeta rada.

Kao rezultat toga, način na koji planiramo održivo prehraniti svjetsku populaciju od 10 milijardi ljudi do 2050. godine, a pritom ostati unutar planetarnih granica, zasigurno mora biti jedno od najvažnijih pitanja našeg vremena.³ Daljnje informacije o ovoj temi dostupne su u Kauflandovim smjernicama o [Pravilnoj prehrani](#).



¹ AJPM (Američki časopis za preventivnu medicinu): Healthy Lifestyle Score Including Sleep Duration and Cardiovascular Disease Risk (Skala zdravog načina života, uključujući količinu sna i rizik od kardiovaskularnih bolesti), 2022.

² WHO: Pretilost uzrokuje rak i glavni je faktor invaliditeta i smrti, upozorava novo izvješće WHO-a, 2022.

³ BMUV: Planetarne granice, 2024.

Naš strateški pristup: Dobra prehrana

S našim fokusnim područjem „Dobra prehrana“ želimo promicati zdravlje naših kupaca i ekološku ravnotežu planeta. Ozbiljno shvaćamo negativne utjecaje naših prehrambenih proizvoda na okoliš i aktivno smo predani njihovom kontinuiranom smanjenju. Vođeni najnovijim znanstvenim spoznajama, planetarno zdravu prehranu smatramo pionirskim konceptom koji spaja zdravlje i održivost te je koristimo kao temelj naših napora. U tom kontekstu, cilj nam je promicati raznolik i zdravu prehranu proširujući ponudu održivijih alternativa,

čineći same proizvode održivijima, jačajući regionalnost i poboljšavajući dobrobit životinja. Želimo potaknuti naše kupce da se sve više odlučuju za regionalne, održivije i zdravije proizvode. Kako bismo to postigli, fokusiramo se na jednostavnost, raznolikost, radost i užitak. Sveobuhvatna strategija prehrane zajednički je razvijena u Kauflandu početkom 2025. godine, a detaljnije će biti opisana u sljedećem izvještaju.

Koncept za naše fokusno područje „Dobra prehrana“ obuhvaća sljedeća vodeća načela:

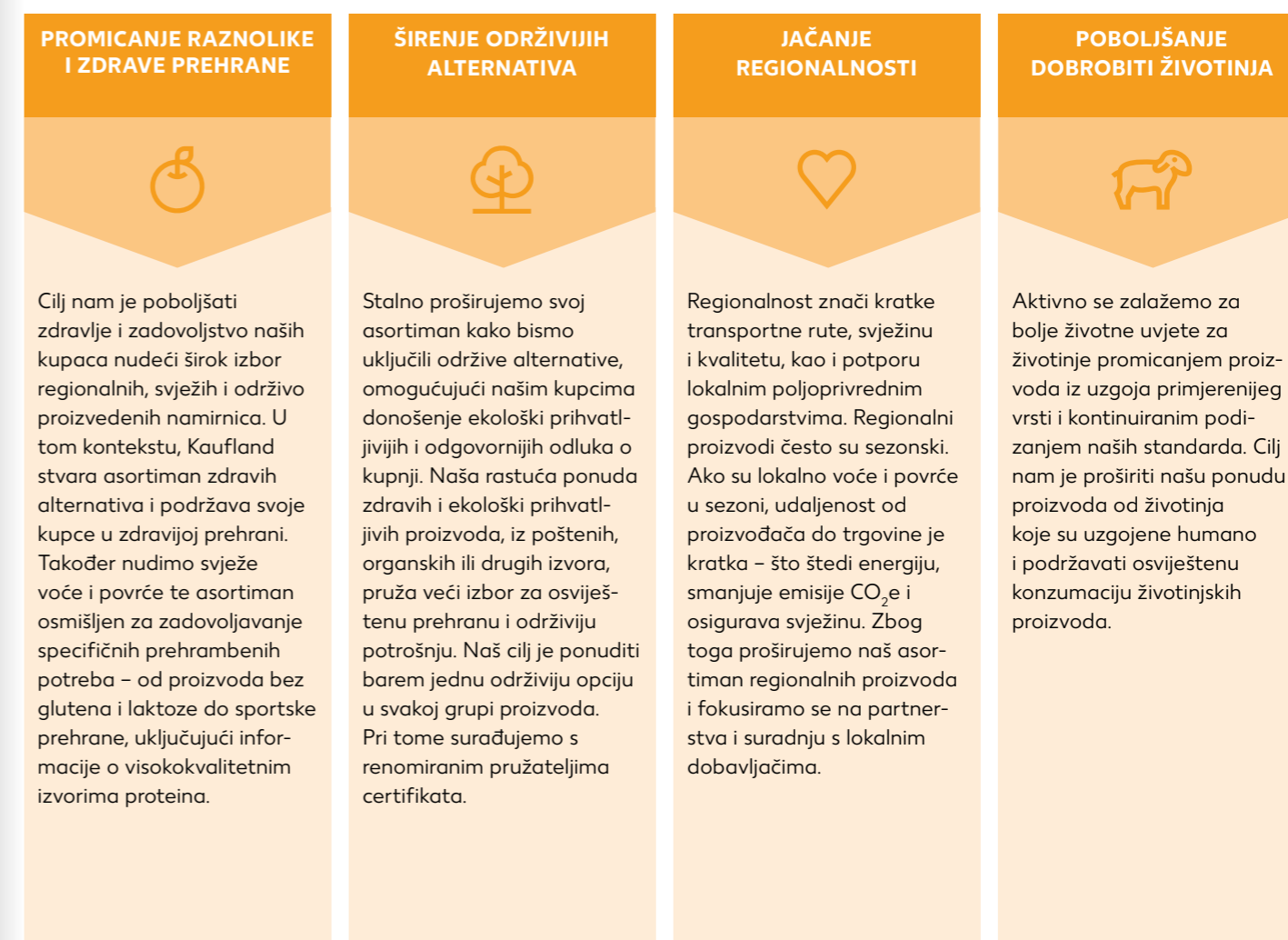


Važna referenca za održiviji razvoj proizvoda i asortimana između ostalog je strategija Europske unije (EU) „Od polja do stola“ koja je uvedena kao dio Europskog zelenog plana. Ova strategija ima za cilj poboljšati održivost proizvodnje i opskrbe hranom u cijeloj EU. Njezin je sveobuhvatni cilj učiniti europski prehrambeni sustav zdravijim, pravednijim i ekološki prihvatljivijim. Štoviše, regulatorne mjere poput poreza na ugljik, poreza na plastiku i Uredbe EU o dobavljačkom lancu bez deforestacije naglašavaju političku volju za promicanjem prelaska na održivije proizvode. Više

informacija o Uredbi EU o deforestaciji nalazi se u poglavlju **Zaštita okoliša**.

Svoj pristup i mjere koje poduzimamo za održivi asortiman te nabavu sirovina opisujemo u smjernicama i politikama nabave. Doseg politika i smjernica uvijek je jasno definiran i može varirati ovisno o temi.

FOKUSNO PODRUČJE KAUF LANDA „DOBRA PREHRANA“ TEMELJI SE NA ČETIRI STUPA:



Nudimo sve veći izbor proizvoda koji su usklađeni sa spomenuta četiri stupa. Usredotočeni smo i na proizvode poznatih proizvođača i na vlastite robne marke. Osim planiranja asortimana, podižemo svijest među našim kupcima, omogućujući im donošenje informiranijih i svjesnijih odluka o kupnji i

potrošnji. U tom kontekstu, bavimo se različitim prehrambenim preferencijama, rastućom ekološkom svijesću i sve većim afinitetom za digitalne aplikacije.

Više informacija dostupno je u smjernicama Kauflanda o Dobraj prehrani ↓

Kako promičemo dobru prehranu

Odgovornost za postavljanje temelja za osvješteniju prehranu leži pretežno na Odjelu za održivu nabavu. Na temelju zajedničkog razumijevanja, područje Nabave u Kauflandu Hrvatska i internacionalni odjeli Nabave postavljaju ciljeve u sklopu svoje odgovornosti za asortiman za više proizvoda koji odgovaraju četirima stupovima, uzimajući u obzir vlastita saznanja, znanstvene spoznaje, analize trendova i praćenje konkurencije.

Područje nabave odgovorno je za razvoj asortimana te za odabir proizvoda vlastite robne marke i proizvoda poznatih proizvođača za naše trgovine. Izravan dijalog o pitanjima održivosti vodi se najmanje jednom godišnje između nacionalnih i internacionalnih organizacijskih jedinica Kauflanda i dobavljača vlastitih robnih marki. Suradnja s proizvođačima robnih marki također uključuje redoviti dijalog. Dugogodišnja partnerstva s dobavljačima i proizvođačima ključna su za Kaufland kako bi ispunio svoje ciljeve održivosti, istovremeno osiguravajući sigurnost planiranja za dobavljače.

Naša načela i mjere za održiviji razvoj asortimana te uporabu i nabavu sirovina utvrđeni su u različitim smjernicama i politikama. Navedene su u poglavlju **Očuvanje resursa** te također objavljene na našoj **web stranici**.

Proizvodnja mesa i mesnih prerađevina također je izravan dio našeg procesa putem naših pogona za prerađu mesa. Kao dio Grupe Kaufland, pogoni za prerađu mesa većinom proizvode meso i mesne prerađevine za trgovine Kauflanda u Njemačkoj, Češkoj i Slovačkoj, te su u vezi s razvojem asortimana i zadanim uvjetima u bliskom kontaktu s odjelima Nabave. Uz pogone Kauflanda za prerađu mesa, i drugi dobavljači također proizvode meso i mesne prerađevine za Kaufland – svi oni podliježu istim strogim zahtjevima.

Usklađenost s propisima o hrani, procjena potencijalnih pritužbi potrošača i interne specifikacije za označavanje proizvoda vlastite robne marke odgovornost su odjela Nabave u Kauflandu, zajedno s odjelom Upravljanja kvalitetom i osiguranja kvalitete. Ovi odjeli su također u bliskom kontaktu po pitanjima sigurnosti proizvoda s dobavljačima Kaufland vlastitih robnih marki i proizvodnim operativnim jedinicama pogona za prerađu mesa.

Odjel za društveno odgovorno poslovanje u Kauflandu, u bliskoj suradnji s odjelima Marketinga i Korporativnih komunikacija, odgovoran je za provedbu komunikacijskih mjera i inicijativa kako bi pomogao našim kupcima da donesu svjesnije odluke o kupnji i potrošnji. Odjeli Nabave i Upravljanja kvalitetom pružaju podršku. Zabrinutosti, kritike i pritužbe mogu se podnijeti putem mehanizama za pritužbe kao što su telefonske linije centra za podršku kupcima. Nadležni odjel razmatra svaki slučaj pojedinačno. Kupci dobivaju brz odgovor, a po potrebi su u odgovor i rješenje uključeni i dodatni odjeli.





PROMICANJE RAZNOLIKE I ZDRAVE PREHRANE

Želimo potaknuti raznolik i zdravu prehranu nudeći najveći izbor regionalnih, svježih i održivo proizvedenih namirnica, čime doprinosimo zdravlju i zadovoljstvu naših kupaca.

Proizvodi koji nude više.

Kaufland nudi raznolik asortiman s artiklima prilagođenima osviještenom i zdravijem načinu života i prehrane. Svakodnevna konzumacija voća i povrća igra važnu ulogu u našoj prehrani i općem zdravlju. U Kauflandu Hrvatska nudimo više od 300 proizvoda u našem asortimanu voća i povrća

Naši standardi kvalitete za voće i povrće nadilaze zakonske zahtjeve i strogo ograničavaju upotrebu odobrenih aktivnih tvari kako bi se osigurala što je moguće niža razina korištenja kemijski sintetiziranih sredstava za zaštitu bilja. Ovi standardi kvalitete navedeni su u **"Općim Kauflandovim specifikacijama"** i na **"Kauflandovom popisu isključenja"**  posebno opasnih ili štetnih pesticida. Detalje o uzgoju i kontroli kvalitete od polja do policia trgovina možete pronaći u našem **Izveštaju o transparentnosti za voće i povrće** .

Održavati dobro zdravlje znači biti u mogućnosti jesti raznoliku i uravnoteženu prehranu, čak i u slučaju intolerancije i alergija. Naš širok asortiman proizvoda stoga, između ostalog, uključuje slastice, mliječne proizvode i pekarske proizvode bez laktoze i glutena. Radi se o preko 200 proizvoda u Kauflandu Hrvatska. Osim toga, zadovoljavamo specifične potrebe sportske prehrane našom vlastitom robnom markom K-Concept+ Sports. Asortiman proizvoda razvijen je u suradnji sa stručnjacima za prehranu i kreće se od proteinskih i energetskih pločica do shakeova.

Ističemo visok udio proteina u mliječnim proizvodima te nudimo raznolik asortiman biljnih i životinjskih izvora proteina kako bismo pomogli našim kupcima u njihovoj redovitoj konzumaciji. Kaufland u Hrvatskoj također nudi više od 800 veganskih i vegetarijanskih proizvoda od kojih je preko 20 iz naše vlastite robne marke K-TAKE IT VEGGIE.

Također stavljamo naglasak na organske proizvode u našem asortimanu, s ukupno više od 150 dostupnih artikala iz vlastite robne marke K-Bio u Kauflandu u Hrvatskoj. Oni ne sadrže bojila, pojačivače okusa i umjetne aroma te su proizvedeni u skladu s EU uredbom o organskoj proizvodnji. Naš asortiman u Hrvatskoj stoga obuhvaća preko 400 organskih proizvoda.

Isto tako želimo povećati transparentnost u vezi s udjelima životinjskih izvora proteina u usporedbi s biljnim izvorima proteina. U tu svrhu, 2023. godine, Kaufland je procijenio svoj asortiman proizvoda robnih marki i vlastitih robnih marki u Njemačkoj kao pilot projekt koristeći metodologiju Svjetskog fonda za prirodu (WWF). U tom je trenutku oko 10 % artikala u segmentu robne grupe „mliječni proizvodi“ bilo ponuđeno kao biljna alternativa, a 8 % u segmentu „životinjski proizvodi“ (meso itd.). Kaufland planira evaluirati prikladne metode

za provjeru kako se udio biljnih proteina može povećati. Procjena će se oslanjati posebno na podjelu proteina Svjetskog fonda za prirodu (WWF) Švicarska, kao i na Protein Tracker koji su razvili Green Protein Alliance i ProVeg iz Nizozemske.

Novi pristup recepturama

Surađujemo s našim dobavljačima na postupnoj optimizaciji recepata proizvoda vlastite robne marke s ciljem što zdravije hrane. To primjerice uključuje smanjenje šećera i soli te korištenje održivijih i zdravijih masti s najvećim mogućim udjelom nezasićenih masnih kiselina.

Prilikom smanjenja količine šećera, soli i masti, fokusiramo se na specifične grupe proizvoda koje često konzumiraju djeca, uključujući bezalkoholna pića i žitarice. Kao dio ovog procesa, osiguravamo da kvaliteta i okus ostanu nepromijenjeni i ne koristimo nikakve zamjene. Za nove recepte od samog početka osiguravamo što je moguće niži udio šećera, soli i masti. Artikli čiji je udio soli, šećera ili zasićenih masti već smanjen, kontinuirano će se pregledavati radi daljnjeg potencijala smanjenja.

Također smo predani izbjegavanju aditiva gdje god je to moguće te osiguravanju autentičnog okusa. Stoga izbjegavamo korištenje pojačivača okusa ili umjetnih aroma u našim proizvodima vlastitih robnih marki kad god je to moguće i cilj

nam je smanjiti upotrebu začina i ekstrakta kvasca na minimum.

Istovremeno smo uveli razne mjere i inicijative kako bismo povećali svijest djece i odraslih o temi osviještene prehrane i odgovorne konzumacije hrane. Za sve proizvode vlastite robne marke koji su prema kriterijima Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) klasificirani kao nezdravi, suzdržavamo se od korištenja dizajna pakiranja proizvoda usmjerenog na djecu u svim zemljama.



PROŠIRIVANJE ODRŽIVIJIH ALTERNATIVA

U Kauflandu nastojimo našim kupcima ponuditi ekološki prihvatljivije i odgovornije opcije, zbog čega u naš asortiman kontinuirano dodajemo sve više održivih alternativa. Koristimo održive, certificirane sirovine gdje je to moguće i pridržavamo se strogih standarda koji nadilaze

minimalne zakonske zahtjeve. Cilj koji smo si postavili je ponuda održivijih alternativa u svakoj kategoriji proizvoda.

Jamstvo visoke kvalitete i sigurnosti proizvoda

Kvaliteta naših proizvoda te osiguravanje sigurnosti i zdravlja naših kupaca naš je najviši prioritet jer je to jedini način za izgradnju povjerenja i dugoročnog zadovoljstva kupaca. Zbog toga moramo provesti detaljnu analizu svih isporuka slijedeći standardizirane procese. Mnoga ispitivanja provode se čak i prije žetve ili prije utovara robe.

Kada je riječ o vlastitim robnim markama, Kaufland je također definirao standarde kvalitete za sastojke, onečišćujuće tvari i održive sirovine koji u nekim slučajevima nadilaze zakonske zahtjeve. Svi prehrambeni proizvodi i proizvodi drogerijskog asortimana vlastitih robnih marki, kao i hrana za kućne ljubimce, podliježu periodičnom laboratorijskom testiranju koje provode vanjske, akreditirane institucije za testiranje koristeći pristup temeljen na riziku. I za neprehrambene proizvode vlastite robne marke vanjski akreditirani laboratoriji provode redovite analitičke provjere. Sigurnost, zakonitost i kvaliteta svih proizvoda uvijek se opsežno testiraju. Proizvodi poznatih proizvođača također se podvrgavaju nasumičnom testiranju, s fokusom između ostalog na regionalne dobavljače kako bi se osiguralo da proizvodi zadovoljavaju standarde sigurnosti hrane. Odgovornost za naručivanje testiranja i praćenje rezultata dijele nacionalni Odjel osiguranja kvalitete i internacionalno područje

Upravljanja kvalitetom.

Također se provode periodične, na riziku temeljene te po potrebi nenajavljene revizije proizvodnih pogona od strane odabranih vanjskih certifikacijskih tijela koje pokrivaju područja kao što su higijena i kvaliteta. Osim toga, redovito se provode i revizije na licu mjesta na farmama koje sudjeluju u Kauflandovom programu za dobrobit životinja u dotičnoj zemlji. Poljoprivrednicima se pruža savjet i podrška tijekom procesa revizije te se provjerava njihova usklađenost s obvezujućim kriterijima dobrobiti životinja specifičnim za Kaufland. Ove se revizije također provode uz pomoć neovisnih instituta.

Sustavi certificiranja također igraju temeljnu ulogu u našoj strateškoj orijentaciji i uspostavljanju održivog asortimana. U prehrambenoj industriji, Kaufland se za promicanje društveno i ekološki održive proizvodnje oslanja na priznate standarde, kao što su Fairtrade, Bio te Rainforest Alliance. Osim toga, proizvodni pogoni koji opskrbljuju poduzeća Kaufland prehrambenim i drogerijskim proizvodima iz asortimana vlastite robne marke također su certificirani prema Međunarodnim revizijskim standardima (International Featured Standard = IFS) ili standardu Britanskog maloprodajnog konzorcija (British Retail Consortium = BRC) koji su uključeni

u uvjete i odredbe za dobavljače Kauflanda. Nepružanje dokaza o usklađenosti rezultira procjenom rizika i revizijom, a rezultati se zatim koriste za odlučivanje o tome hoće li se odnos s dobavljačem uspostaviti ili ne.

Sirovine koje se koriste i uvjeti proizvodnje u pogonima Kauflanda za preradu mesa također podliježu istim zahtjevima, poput onih IFS-a, i prolaze brojne provjere kvalitete. Zajednička vodeća načela ovdje su staviti samo sigurnu hranu na tržište, osigurati stalno visoku kvalitetu i izbjeći potencijalne opasnosti po zdravlje.

Svi potencijalno kritični rezultati koji se utvrde kroz gore spomenute procese prosljeđuju se odjelima tvrtke odgovornima za sigurnost proizvoda radi prioritetne obrade, rješavanja potencijalnih problema i, ako je potrebno, poduzimanja

odgovarajućih radnji. Pritužbama na kvalitetu proizvoda i krizama povezanim s proizvodima upravlja, procjenjuje i obrađuje osoba ili osobe odgovorne za osiguranje kvalitete i/ili upravljanje kvalitetom u Nabavi. Ako je potrebno, mogu se konzultirati drugi stručnjaci iz Pravnog odjela Kaufland Stiftung & Co. KG, kao i vanjski pravni stručnjaci.

Ako se naši dobavljači ne pridržavaju zakonskih zahtjeva ili zahtjeva specifičnih za Kaufland, utvrđujemo koje su radnje prikladne, uključujući prekid odnosa s dobavljačem.

Sveobuhvatan sustav upravljanja pritužbama ključni je aspekt osiguranja kvalitete i čvrsto je uspostavljen kao dio aktivnosti Službe za korisnike i upravljanja odnosima s kupcima. Zabrinutosti i pritužbe kupaca mogu se podnijeti telefonom ili putem online obrasca na web stranici Kauflanda. Više informacija o mehanizmima za pritužbe u Kauflandu možete pronaći u poglavlju **Upravljanje**.

Primjeri osiguranja kvalitete u Kauflandu:

- Usklađenost s vrijednostima specifikacija za vlastite robne marke u prehrambenom i drogerijskom sektoru koje djelomično nadilaze zakonske zahtjeve te također uzimaju u obzir zahtjeve nevladinih organizacija i testnih časopisa, uključujući odgovarajuću provjeru putem neovisnih akreditiranih instituta.
- Definiranje vlastitih specifikacijskih vrijednosti za pesticide u politikama nabave koje nadilaze zakonske zahtjeve utvrđene Uredbom (EZ) br. 396/2005 Europskog parlamenta i Vijeća.
- Suradnja s poljoprivrednim proizvođačima koji su certificirani prema GLOBALG.A.P. standardu za kontrolirano upravljanje poljoprivrednim gospodarstvima ili QS standardu kvalitete.
- Suradnja i podrška svim proizvođačima voća i povrća tijekom ispunjavanja dodatnog GLOBALG.A.P. GRASP modula za rješavanje socijalnih pitanja radnika.
- Od siječnja 2026.: Certificiranje svih dobavljača voća i povrća iz jedanaest zemalja visokog rizika u skladu s priznatim međunarodnim standardima za vodu.
- Isključivanje opasnih pesticida iz globalne nabave voća i povrća putem odgovarajućeg popisa isključenja koji sadrži preko 300 tvari.

Više informacija o certificiranim sirovinama možete pronaći na našoj web stranici.

Broj analiza proizvoda

Kaufland International⁴
2023. 2024.Kaufland Hrvatska
2023. 2024.Vlastita robna marka
Prehrambeni proizvodi¹

20.349

388

19.714

401

Vlastita robna marka
Nehrambeni proizvodi²

327

0

29

0

Voće i povrće

31.149

442

31.431

460

U izvještajnoj godini na međunarodnoj razini opozvano je devet proizvoda vlastite robne marke, dok u mesnicama Kaufland nije bilo opoziva proizvoda.

Broj opoziva proizvoda³Kaufland International
2023. 2024.Kaufland Hrvatska
2023. 2024.

Vlastita robna marka

16

3

9

2

od čega prehrambeni
proizvodi¹

15

2

9

2

od čega neprehrambeni
proizvodi

1

1

0

0

¹ Kategorija Prehrambeni proizvodi uključuje sve namirnice, kao i artikle iz sektora srodnih prehrambenim proizvodima, npr. kozmetiku, deterdžente/sredstva za čišćenje, cvijeće i biljke.

² Pad broja analiza proizvoda u kategoriji Nehrambeni proizvodi posljedica je promjena u nabavi u Lidlu. Više informacija dostupno je u odjeljku „Od proizvođača do police: osiguranje sljedivosti proizvoda“ u ovom poglavlju.

³ Ovo prikazuje broj jedinstvenih prodajnih artikala opozvanih u javnim opozivima proizvoda za vlastite robne marke. Povlačenja proizvoda nisu uzeta u obzir. Uključeni su svi aktivno uvršteni artikli (s uvrštenjem na barem jednom tržištu) na kraju fiskalne godine (krajnji datum). Isključeni su: različita tržišta, grupe lažnih kupaca, pomoćne djelatnosti (i nebitne grupe proizvoda), posebni artikli/lotovi/sezonski artikli, izložbeni stalci, prodajni setovi.

⁴ Kaufland International obuhvaća poduzeća Kaufland u Njemačkoj, Poljskoj, Češkoj, Hrvatskoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Rumunjskoj i Moldaviji. Dodatne informacije možete pronaći u poglavlju „O ovom izvještaju“.

Od proizvođača do police: osiguranje sljedivosti proizvoda

U Kauflandu sljediivošću proizvoda nastojimo jamčiti najvišu moguću razinu transparentnosti duž cijelog lanca vrijednosti. To se posebno odnosi na naše vlastite robne marke, gdje imamo izravan odnos s dobavljačima. Osim nekoliko iznimaka, etikete naših proizvoda vlastite robne marke u našem prehrambenom asortimanu sadrže informacije o dobavljaču. Ove informacije omogućuju našim kupcima praćenje podrijetla svakog proizvoda.

Potpuna sljedivost ribe i mesa je za nas područje od posebne važnosti. Jedan od načina na koji to postizemo je korištenje usluge fTrace. Skeniranjem QR koda i unosom serijskog broja otisnutog na pakiranju proizvoda, kupci mogu pristupiti sveobuhvatnim informacijama o podrijetlu bilo kojeg ribljeg proizvoda i nekih mesnih proizvoda naših vlastitih robnih marki, kao i o proizvodnom ili prerađivačkom pogonu koji ih je

isporučio.

Ovaj sustav implementiran je za proizvode u sljedećim asortimanima vlastitih robnih marki: K-Blue Bay, K-Classic, K-Favourites, K-Bio, K-Pur-land i K-to go. Planira se njegovo postupno uvođenje i za ostale grupe proizvoda.

Također objavljujemo podrijetlo proizvoda vlastitih robnih marki i vlastitih uvezenih proizvoda izvan kategorije prehrambenih proizvoda. Konkretno, objavljujemo lokacije sjedišta naših ključnih strateških dobavljača u grupama proizvoda tekstil, obuća i alat te osiguravamo ažurnost informacija. Od kraja 2021., odgovornost za nabavu neprehrambenih proizvoda vlastitih robnih marki sve više prenosimo na Lidl i **upućujemo na njih** kada je riječ o objavama podataka o dobavljačima. Kao rezultat toga, dobavljači Lidlovih proizvoda vlastitih robnih marki sve više proizvode artikle za Kaufland u skladu sa specifikacijama koje je definirao Lidl.

Oznakama proizvoda do jasnoće

Oznake proizvoda odnosno etikete važno su sredstvo koje kupcima osigurava pristup jasnim, pouzdanim informacijama te jamče kvalitetu, sigurnost i transparentnost. Robu proizvedenu u skladu s ekološkim i društvenim standardima jasno označavamo neovisnim certifikatima i odgovarajućim etiketama. Kako bismo istaknuli prednosti, potrošači su informirani o održivosti proizvoda u našim letcima i na ambalaži. Na primjer, Kaufland označava odgovarajuće proizvode iz svog asortimana vlastitih robnih marki logotipom „Djela, ne riječi“, a uz to se koriste relevantne i etablirane oznake održivosti kao što su Fairtrade ili Rainforest Alliance.

Tijekom izvještajne godine nastavili smo raditi na vlastitim oznakama održivosti kako bismo kupcima ponudili transparentne informacije o ekološki i društveno odgovornim proizvodima. Međutim, s obzirom na to da EU planira uvesti zakonodavstvo u pogledu tvrdnji o prihvatljivosti za okoliš (Direktiva o zelenim tvrdnjama), započeli smo s kritičkim pregledom ovih oznaka. Cilj ovog procesa je osigurati lakše praćenje i provjeru tvrdnji kako bi se izbjegle obmanjujuće tvrdnje o zaštiti okoliša i osigurala potpuna usklađenost sa zakonima u budućnosti.

U skladu s našim ciljem pružanja informacija i upoznavanja naših kupaca s pravilnim načinom razvrstavanja i odlaganja ambalaže proizvoda, nastavljamo koristiti informacije o razvrstavanju i odlaganju na višekomponentnoj ambalaži kao dio REset Resources strategije. Više informacija možete pronaći u poglavlju **Očuvanje resursa**.

NAŠE INTERNO OZNAČAVANJE PROIZVODA:

Our actions do the talking.

I mi želimo svijet učiniti malo boljim. Stoga se već dugo zalažemo između ostalog za namirnice iz održivog uzgoja, kao i za zaštitu okoliša, klime te biološke raznolikosti. Sve to činimo pod motom „Djela, ne riječi“.

Više informacija na: www.kaufland.hr/djela



Logotip „Savjesno pakirano“ pruža informacije o našim mjerama optimizacije ambalaže.

Više informacija na: www.kaufland.hr/djela



Logotipom „Za ponovnu upotrebu“ označavaju se neprehrambeni proizvodi koji se mogu koristiti više puta i koji ne moraju biti za jednokratnu upotrebu. Ova oznaka se koristi samo u komunikaciji, ali ne i na ambalaži.

Saznajte više na: <https://tvrka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-nerijeci/oznake.html>



Logotip „Receptura bez mikroplastike“ jasno ističe sadrži li neki od proizvoda naše vlastite marke mikroplastiku ili ne. Logotip se odnosi na recepturu dotičnog proizvoda, a ne na ambalažu ili popratne materijale kao što su maramice ili vata.

Saznajte više na: <https://tvrka.kaufland.hr/ljudi-okolis/mikroplastika.html>



Logotipom „Bez ambalaže“ označavamo proizvode iz asortimana voća i povrća i koristi se samo u komunikaciji, a ne na proizvodu.

Saznajte više na: <https://tvrka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-nerijeci/oznake.html>

KAKO BISMO OSIGURALI TRANSPARENTNOST I KVALITETU KORISTIMO I SLJEDEĆE EKSTERNE OZNAKE, LOGOTIPE I CERTIFIKATE:





04 ZAŠTITA OKOLIŠA

Zaštita okoliša temelj je našeg djelovanja. U našem fokusnom području zaštite okoliša, usmjeravamo svoje napore na strateške stupove: od zaštite klime na našim lokacijama i održivijeg oblikovanja mobilnosti preko smanjenja emisija u našem asortimanu do očuvanja bioraznolikosti. U ovom poglavlju prikazujemo kako preuzimamo tu odgovornost duž cijelog lanca vrijednosti. Zajedno s našim partnerima, radimo za budućnost koja je dobra za sve.

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI

Naša misija: Zaštita okoliša ključ je za budućnost u kojoj se može živjeti. Ambicioznim ciljevima i akcijama zajedno s ostalim poduzećima Kauflanda zauzimamo se za veću zaštitu okoliša i očuvanje bioraznolikosti. Ova obveza ne završava s nama: uključujemo i sve dionike u našem lancu vrijednosti.

Cilj	Rok	Mjerenje pokazatelja	Status	Ostvarenje cilja u FG 24
Poduzeća Grupe Schwarz, kojoj Kaufland pripada, preuzela su obvezu postizanja neto nulte stope emisija svih stakleničkih plinova koje generiraju do 2050. godine.	2050.	Validacija neto nulte ciljane vrijednosti od strane SBTi-ja	➔	Ciljeve validira Inicijativa za znanstveno utemeljene ciljeve (SBTi)
Kaufland će smanjiti svoje operativne emisije (Opseg 1 i Opseg 2) za 80 % do 2030. godine u usporedbi s baznom godinom 2019. ²	2030.	Emisije stakleničkih plinova Opsega 1 i 2	➔	70,88 %
Kaufland će smanjiti svoje neizravne emisije u sektoru poljoprivrede i šumarstva za 42,4 % do 2034. godine (bazna godina 2022.).	2034.	Emisije stakleničkih plinova Opsega 3	↙	+2,02 %
Kaufland će smanjiti svoje neizravne emisije od potrošnje energije i industrijskih procesa za 35 % do 2034. godine (bazna godina 2022.).	2034.	Emisije stakleničkih plinova Opsega 3	➔	8,59 %
Kaufland se obvezao smanjiti svoje apsolutne emisije Opsega 3 koje proizlaze iz upotrebe prodanog goriva za 58,8 % do 2034. godine.	2034.	Emisije stakleničkih plinova Opsega 3	➔	1,31 %
Dobavljači, koji su odgovorni za 80 % emisija povezanih s proizvodima obvezali su se na vlastite klimatske ciljeve do kraja 2026. godine na temelju kriterija SBTi.	Kraj 2026.	Udio dobavljača koji su postavili klimatske ciljeve u pogledu emisija prema kriterijima SBTi.	➔	54,00 % ¹

✓ Ostvareno ➔ Povećanje ↙ Smanjenje = Bez promjene ⚙ U tijeku

¹ Zadnji put ažurirano: lipanj 2025.

² Cilj za Opseg 1 i Opseg 2 također uključuje biogene emisije te uklanjanje biogenih sirovina.

PRISTUP UPRAVLJANJU

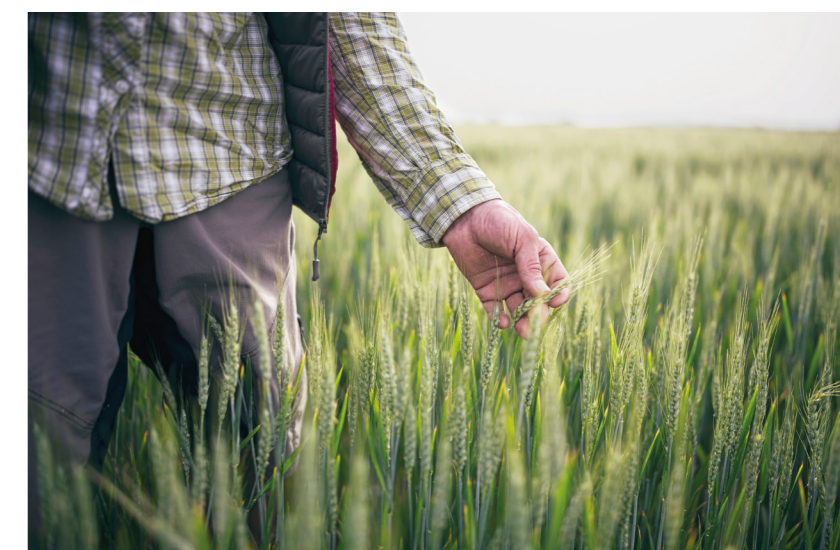
Prema Globalnom izvješću o rizicima koje objavljuje [Svjetski ekonomski forum](#), okolišni rizici spadaju među najveće prijetnje s kojima ćemo se suočiti diljem svijeta u nadolazećim godinama. Posebno su relevantni za prehrambeni i maloprodajni sektor. U Kauflandu smo svjesni proizašlih izazova te smo razvili strategiju o održivosti kako bismo im se posvetili. Više informacija o našoj strategiji možete pronaći u poglavlju [Upravljanje](#).

Izazovi: Suočavanje s klimatskom krizom

Globalne klimatske promjene postavljaju goleme izazove i čine neophodnim djelovanje u svim područjima društva, uključujući i Kaufland. S jedne strane, proizvodnja, prerada i transport naših proizvoda – osobito poljoprivrednih proizvoda – uzrokuju velike količine stakleničkih plinova. Osim toga, mi također trošimo energiju u našem svakodnevnom poslovanju i stoga sami proizvodimo izravne emisije stakleničkih plinova. S druge strane, izloženi smo značajnim rizicima: u poljoprivredi, na primjer, gdje ekstremni vremenski uvjeti mogu dovesti do propadanja usjeva i smanjene dostupnosti robe, manje sigurnosti planiranja, kao i povećanja cijena robe i sirovina.

Biološka raznolikost, ili bioraznolikost, temelj je sveg života na Zemlji. Raznolikost vrsta samo je jedan aspekt, uz genetsku raznolikost i raznolikost ekosustava. Ova tri aspekta usko su povezana. Raznolikost vrsta na kopnu, u vodi, u tlu i u zraku ključna je za održavanje funkcionalnog ekosustava, a time i za našu prehranu. Oprašivanje od strane raznih insekata, poput primjerice divljih pčela, osigurava očuvanje 80 % divljih i kultiviranih biljaka

na planetu. Međutim, populacije gotovo polovice naših vrsta insekata su u oštroj padu, a znanstvenici vjeruju da bi mnoge vrste mogle izumrijeti. Osim uništavanja prirodnih staništa, širenje poljoprivrednih područja, monokulture ili uporaba kemijskih i sintetičkih pesticida također su razlozi za ovakav razvoj događaja.



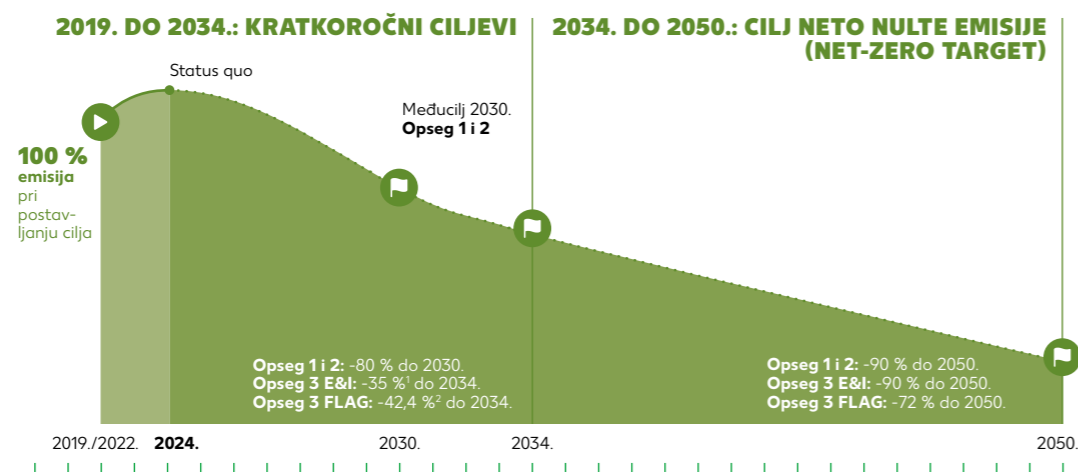
Naš strateški pristup zaštiti okoliša

Kaufland je svjestan vlastitog utjecaja i posljedica klimatskih promjena na poslovanje te je klimatske akcije definirao kao područje strateškog fokusa. Cilj nam je minimizirati vlastiti doprinos klimatskim promjenama i stalno smanjivati emisije stakleničkih plinova.

Naša predanost vođena je znanstveno utemeljenim klimatskim ciljevima poduzeća Grupe Schwarz, što joj daje čvrst temelj. Poduzeća Grupe Schwarz pridružila su se Inicijativi za znanstveno utemeljene ciljeve (Science Based

Targets Initiative; SBTi) 2020. godine, čime svoje ciljeve usklađujemo s ciljevima Pariškog sporazuma o klimatskim promjenama. SBTi je znanstveno pregledao, potvrdio i odobrio ažurirane kratkoročne klimatske ciljeve koje su podnijela poduzeća Grupe Schwarz. Poduzeća Grupe Schwarz rade zajedno na smanjenju svojih operativnih emisija stakleničkih plinova (Opseg 1 i 2) za 48 % do 2030. godine u usporedbi s 2019. godini.

U sklopu ove zajedničke obveze, Kaufland želi smanjiti svoje operativne emisije stakleničkih plinova (Opseg 1 i 2) za 80 % do 2030. godine (u usporedbi s 2019.). Štoviše, kao poduzeće Grupe Schwarz nadopunjujemo naše postojeće obveze dobavljača apsolutnim ciljevima smanjenja u lancu opskrbe uzvodnog i nizvodnog toka (Opseg 3) i podržavamo naše dobavljače u njihovoj zajedničkoj provedbi. Što se tiče neizravnih emisija (Opseg 3), ciljeve Kauflanda temeljimo na zajednički usvojenim ciljevima poduzeća Grupe Schwarz. Konkretno, to znači smanjenje neizravnih emisija u sektoru poljoprivrede i šumarstva za 42,4 %, kao i za 35 % u kategoriji energije i industrijskih procesa do 2034. godine (bazna godina 2022.). Kaufland se također obvezao smanjiti svoje apsolutne emisije Opsega 3 koje proizlaze iz upotrebe prodanog goriva za 58,8 % do 2034. godine u usporedbi s 2022. Kaufland se obvezao osigurati da dobavljači, koji su odgovorni za 80 % emisija povezanih s proizvodima, postave vlastite klimatske ciljeve temeljene na kriterijima SBTi do 2026. U rujnu 2024. poduzeća Grupe Schwarz zajednički su se službeno obvezala Inicijativi SBTi na postizanje neto nulte stope emisija. official net-zero commitment to the SBTi.



¹ E&I (Energy & Industry): Emisije iz potrošnje energije i industrijskih procesa, uključujući cilj smanjenja emisija iz prodanih goriva za 58,8 % do 2034.

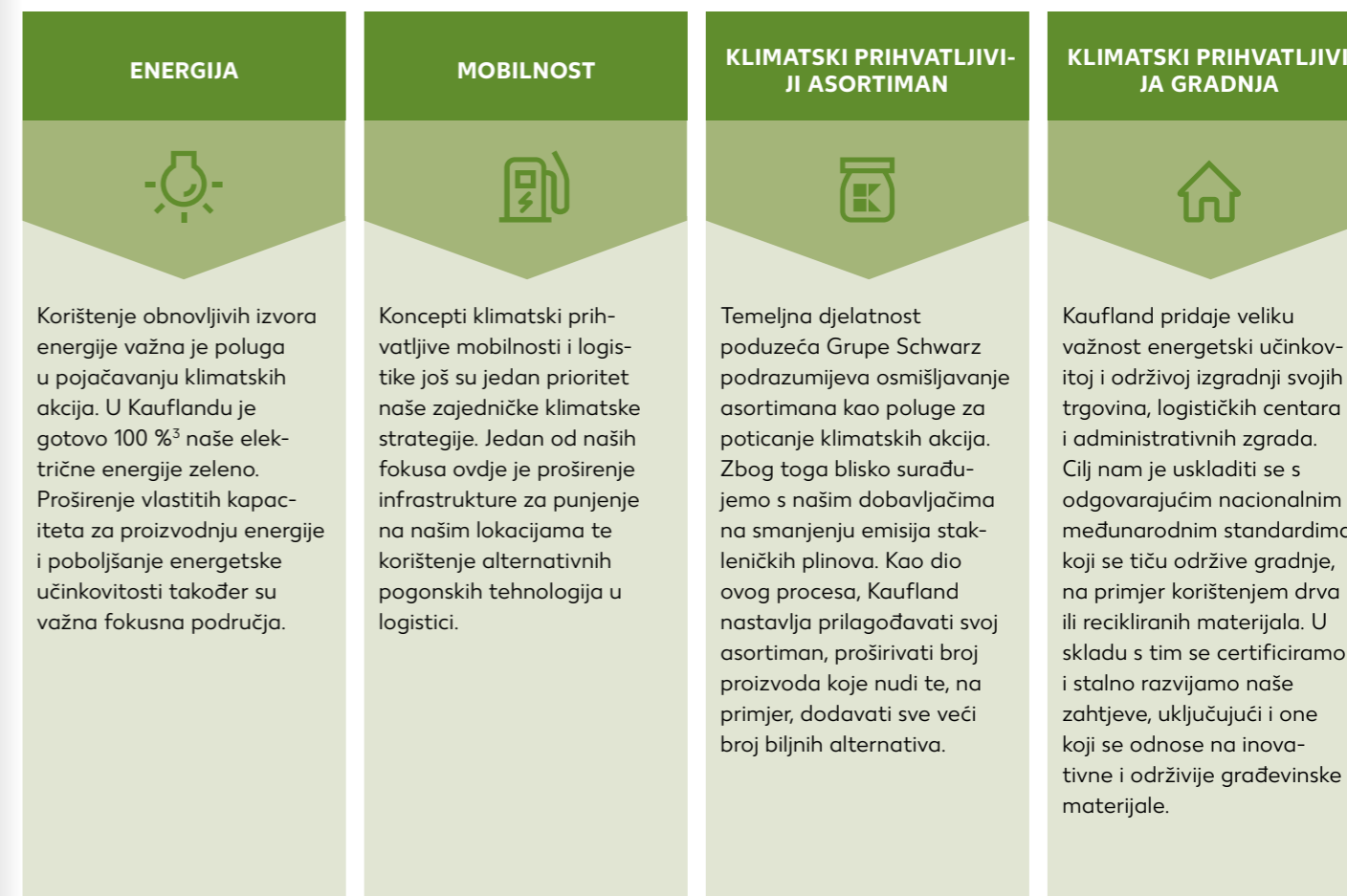
² FLAG (Forest Land Agriculture): Emisije u sektoru poljoprivrede i šumarstva, cilj uključuje obvezu osiguranja lanaca opskrbe bez deforestacije za ključne sirovine od 31. prosinca 2025.

Svojim doprinosom cilju neto nulte emisije poduzeća Grupe Schwarz do 2050. godine, Kaufland ide korak dalje i postavlja si obvezujuće ciljeve za smanjenje stakleničkih plinova koji daleko nadilaze postojeće ciljeve:

Opseg 1 i 2: Smanjenje od 90 % u usporedbi s baznom godinom 2019.

Opseg 3: Smanjenje od 72 % (FLAG) i 90 % (E&I) u usporedbi s baznom godinom 2022.

NAŠE AMBICIJE PROVODIMO U OKVIRU ČETIRI KLJUČNE TEME KLIMATSKE STRATEGIJE:



Kaufland također prepoznaje važnost bioraznolikosti kao temelja funkcionalnih ekosustava i stabilnih poljoprivrednih lanaca opskrbe, zbog čega se zalažemo za njezino očuvanje – od poljoprivrednog zemljišta do odluka o održivim

proizvodima. Kaufland je također uključen u inicijative za aktivno promicanje standarda bioraznolikosti; vidi „Inicijative i članstva“ u poglavlju **Upravljanje**.

³ Isključujući sve ugovore o nabavi nad kojima poduzeća Grupe Schwarz nemaju kontrolu, poput onih za pojedinačne unajmljene nekretnine s obvezujućom klauzulom o nabavi električne energije. Više informacija dostupno je na: <https://tvrtka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/Klima.html>

Kako implementiramo zaštitu okoliša

Poduzeća Grupe Schwarz, kojoj Kaufland pripada, zajednički su razvila i odlučila o svom temeljnom strateškom pristupu ublažavanju klimatskih promjena. U ovaj proces uključeni su svi relevantni odjeli unutar divizija, uključujući odjele za Društveno odgovorno poslovanje, Nabavu, Centralnu nabavu, Prodaju, Nekretnine, Logistiku i Ljudske resurse. U Kauflandu, Internacionalni odjel za korporativnu odgovornost koordinira globalnu provedbu klimatske strategije u specijaliziranim odjelima u ime svih zemalja. Odjeli Kaufland Stiftung & Co. KG razvijaju odgovarajuće akcije za ublažavanje klimatskih promjena u svom području odgovornosti na temelju zajedničkih ciljeva te komuniciraju odgovarajuće ambicije, ciljeve i zahtjeve odgovarajućim odjelima Kauflanda Hrvatska. Odgovarajući odjel u Kauflandu tada je odgovoran za specifičan projekt i temu.

Temama bioraznolikosti također se bave te ih implementiraju različiti odjeli. U tom kontekstu je odjel Nabave odgovoran za usklađenost i provedbu ekoloških standarda u lancu opskrbe. Odjel je također odgovoran za upravljanje ciljevima sirovina i upravljanje pesticidima, zajedno s odjelom za Osiguranje kvalitete. Odjel za korporativnu odgovornost Kaufland Stiftung & Co. KG ima ulogu potpore u ovom procesu, služeći kao katalizator i interni konzultant. Odjel za Nekretnine/izgradnju Kaufland Stiftung & Co. KG odgovoran je za zaštitu okoliša pri izgradnji i radu trgovina i logističkih centara.

SMANJENJE STAKLENIČKIH PLINOVA

Emisije stakleničkih plinova jedan su od glavnih pokretača klimatskih promjena. Kako bismo se borili protiv toga, sustavno težimo mjerljivom smanjenju naših emisija u svim relevantnim područjima. Ciljanim djelovanjem duž cijelog lanca vrijednosti, radimo na dugoročnom smanjenju našeg otiska CO₂e¹. Uvijek tražimo načine za smanjenje ili uklanjanje emisija CO₂e u našem poslovanju i lancu opskrbe te time ostvarujemo napredak u postizanju naših klimatskih ciljeva.

Ukupne emisije stakleničkih plinova Grupe Kaufland porasle su za 4,1 % u poslovnoj godini 2024. – u Kauflandu Hrvatska, porasle su za 11,8 %.

Povećanje emisija u lancu vrijednosti uzvodnog i nizvodnog toka (Opseg 3) u poslovnoj godini 2024. djelomično je uzrokovano rastom poduzeća Grupe Kaufland i temeljnom metodom izračuna. Jedan od ključnih aspekata ovog trenda bilo je rano usvajanje promjena u metodologiji prikupljanja podataka tijekom pripreme za zahtjeve Direktive o korporativnom izvještavanju o održivosti (CSRD). Ove promjene rezultirale su pomicanjem razdoblja prikupljanja podataka za relevantne metrike unaprijed, što je dovelo do primjene projekcija na poslovnu godinu 2024., a to može utjecati na usporedivost s prethodnom godinom.

¹ Analizirani izvori za faktore emisije: Međunarodne organizacije (npr. IEA, IPCC), baze podataka LCA (npr. Ecoinvent, Optimeal), nacionalne institucije (npr. DBEIS/DEFRA), kao i industrijska udruženja i organizacije (npr. Plastics Europe, FEFCO). Kako bi se osigurala usporedivost s prethodnom godinom, faktori emisije korišteni za izračun nisu uvijek najnoviji dostupni.

IZRAVNE I NEIZRAVNE EMISIJE STAKLENIČKIH PLINOVA U T CO₂ EKVIVALENTA (OPSEG 1, 2, I 3)^{2 3 4}

	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Opseg 1	403.920 1,17 %	354.280 ↓ 0,98 %	7.877 0,79 %	8.791 0,78 %
Fugitivne emisije	254.064	204.605	5.457	6.390
Mobilno izgaranje	32.116	32.322	1.534	1.515
Stacionarno izgaranje	117.740	117.353	886	886
Opseg 2	28.410 0,08 %	28.410 = 0,08 %	0 0 %	0 0 %
Daljinsko grijanje	28.410	28.410	0	0
Električna energija (tržišno orijentirana)	0	0	0	0
Opseg 3	34.164.181 98,75 %	35.631.891 ↑ 98,94 %	994.533 99,21 %	1.112.306 99,22 %
Kat. 3.1 Kupljena roba i usluge	29.533.050	30.852.797	855.981	936.638
Kat. 3.2 Kapitalna dobra	261.014	290.745	15.938	12.787
Kat. 3.3 Emisije povezane s gorivom i energijom	242.921	256.537	860	3.815
Kat. 3.4 Prijevoz (uzvodni tok)	1.213.183	1.283.163	36.838	39.060
Kat. 3.5 Operativni otpad	64.329	61.258	2.547	2.735
Kat. 3.6 Poslovna putovanja	24.347	26.082	858	954
Kat. 3.7 Putovanje zaposlenika na posao	178.014	183.234	3.805	3.808
Kat. 3.9 Prijevoz (nizvodni tok)	0	0	0	0
Kat. 3.10 Obrada prodanih proizvoda	0	0	0	0
Kat. 3.11 Korištenje prodanih proizvoda	1.288.740	1.271.085	24.536	56.593
Kat. 3.12 Odlaganje/recikliranje prodanih proizvoda	1.357.864	1.406.272	53.169	55.916
Kat. 3.15 Ulaganja	718	718		
Ukupno	34.596.510	36.014.580 ↑	1.002.410	1.121.097

² Moguća su manja odstupanja u ukupnim iznosima zbog zaokruživanja.

³ Zbog nebitnosti, emisije u kategorijama stakleničkih plinova 3.8, 3.13 i 3.14 nisu uzete u obzir.

⁴ Analizirani izvori za faktore emisije: Međunarodne organizacije (npr. IEA, IPCC), baze podataka LCA (npr. Ecoinvent, Optimeal), nacionalne institucije (npr. DBEIS/DEFRA), kao i industrijska udruženja i organizacije (npr. Plastics Europe, FEFCO). Kako bi se osigurala usporedivost s prethodnom godinom, faktori emisije korišteni za izračun nisu uvijek najnoviji dostupni.

KAKO BISMO POSTIGLI NAŠE KLIMATSKE CILJEVE, KONTINUIRANO RADIMO NA SUSTAVNOM SMANJENJU INTENZITETA STAKLENIČKIH PLINOVA – ODNOSNO KOLIČINE EMISIJA STAKLENIČKIH PLINOVA PO JEDINICI GOSPODARSKOG UČINKA (m²).

Intenzitet stakleničkih plinova

Kaufland International
2023. 2024.

Kaufland Hrvatska
2023. 2024.

Ukupna emisija stakleničkih plinova
u t CO₂e

34.596.510

1.002.410

36.014.580

1.121.097

Intenzitet stakleničkih plinova
u kg CO₂e/m²

3.913

4.877

3.979

5.298

U poslovnoj godini 2024. zabilježili smo na internacionalnoj razini blagi porast intenziteta stakleničkih plinova s 3.913 na 3.979 kg CO₂e/m². Ovaj razvoj prvenstveno se pripisuje emisijama Opsega 3 – konkretno kategorijama 3.1 Kupljena roba i usluge, 3.4 Transport (uzvodni tok) i 3.12 Odlaganje/

recikliranje prodanih proizvoda. Unatoč ovom povećanju, koje naglašava izazov koji postavljaju vanjski čimbenici, ostajemo predani našim obvezama. Intenzivno radimo na sustavnom smanjenju intenziteta stakleničkih plinova i postizanju naših dugoročnih klimatskih ciljeva.



NAŠE KLJUČNE AKTIVNOSTI

U sklopu naše klimatske strategije, poduzimamo širok raspon aktivnosti za smanjenje emisija stakleničkih plinova. Duž naših glavnih područja djelovanja već smo realizirali niz inicijativa koje značajno doprinose postizanju naših ciljeva. Sljedeća tablica sadrži pregled odabranih, međunarodno konsolidiranih ključnih aktivnosti. Detaljne informacije o njima možete pronaći u sljedećim poglavljima.



UPOTREBA OBNOVLJIVIH IZVORA ENERGIJE

- ➔ Gotovo 100 %¹ naše električne energije je zeleno
- ➔ 209 lokacija s fotonaponskim sustavima
- ➔ Dovoljno proizvedene energije za opskrbu 7.102 kućanstava²
- ➔ Više od 98 % proizvedene električne energije koristi se izravno

Zelena električna energija gotovo
100 %¹

Lokacije s fotonaponskim sustavima
+30,63 %⁵



UČINKOVITO KORIŠTENJE OTPADNE ENERGIJE OD HLAĐENJA PROIZVODA I DIZALICA TOPLINE

- ➔ 507 zgrada s rekuperacijom topline od hlađenja proizvoda
- ➔ Više od 432 zgrade s toplinskim pumpama

Korištenje topline od hlađenja proizvoda

+14,7 %⁵

Zgrade s dizalicama topline

+10,2 %⁵



USLUGE E-MOBILNOSTI

- ➔ Nudimo punionice za električna vozila³ na 790 lokacija te punionice za električne kamione na 2 lokacije
- ➔ Ukupno više od 2.200 električnih punionica³
- ➔ S količinom električne energije isporučene na našim električnim punionicama (20.728 MWh), jedno bi električno vozilo moglo prijeći udaljenost od 103.641.513 km⁴

Lokacije s punionicama za električna vozila

+46,6 %⁵

Broj punionica za električna vozila

+47,3 %⁵

¹ Isključujući sve ugovore o nabavi nad kojima poduzeća Grupe Schwarz nemaju kontrolu, poput onih za pojedinačne unajmljene nekretnine s obvezujućom klauzulom o nabavi električne energije. Više informacija dostupno je na: <https://tvrtka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/Klima.html>

² Uz pretpostavku prosječne potrošnje energije od 3.470 kWh po kućanstvu.

³ U vlasništvu i pod upravom poduzeća.

⁴ Uz pretpostavku prosječne potrošnje energije od 20 kWh na 100 km.

⁵ U usporedbi s prethodnom godinom.

KLIMATSKI PRIHVATLJIVE LOKACIJE

Radimo zajedno na svim našim lokacijama kako bismo uštedjeli energiju i bili energetski učinkoviti. Ciljanim aktivnostima kontinuirano smanjujemo emisije stakleničkih plinova duž cijelog lanca vrijednosti.

Smanjenje potrošnje kroz energetska učinkovitost



Kako bismo povećali našu energetska učinkovitost, cilj nam je kontrolirati potrošnju energije uz pomoć sustava upravljanja energijom. U Kauflandu su sva nacionalna poduzeća certificirana prema ISO 50001, uključujući Kaufland Hrvatska. Sve tvornice Kauflanda za preradu mesa dodatno posjeduju certifikat ISO 14001 i prate svoju potrošnju pomoću softvera za upravljanje energijom. Takvi sustavi upravljanja mogu se koristiti za rano prepoznavanje neučinkovitosti i potencijala za optimizaciju

te uvođenje odgovarajućih akcija. Kaufland redovito provodi interne i eksterne revizije radi procjene upravljanja energijom.

Koristimo niz različitih pristupa i aktivnosti za postizanje naših ciljeva. Jedna od najvažnijih aktivnosti u postizanju naših klimatskih ciljeva je nabava gotovo 100 %¹ naše električne energije od dobavljača zelene električne energije, što činimo od poslovne godine 2022.

Također nastojimo koristiti izvore energije s niskim emisijama u novim zgradama ili postojećim objektima, čime smanjujemo emisije CO₂e. Inovativni energetski koncept primjenjujemo i na svim novim lokacijama od 2012. Koncept, poznat kao rashladni sustav industrijskog hlađenja, koristi otpadnu toplinu iz sustava hlađenja za grijanje u naših trgovina. Zimi sustav pokriva preko 80 % naših potreba za grijanjem. Reverzibilna dizalica topline zrak-voda osigurava dodatnu energiju kada je potrebna, a ljeti može pružiti i klimatizaciju. Korištenje ove tehnologije omogućuje Kauflandu smanjenje potrošnje energije i emisija CO₂e. Kako bi se emisije još više smanjile, oprema za hlađenje u preko 209 trgovina Kauflanda radi s prirodnim rashladnim sredstvima poput propana ili CO₂. U sklopu modernizacije naših trgovina, sve više zamjenjujemo generatore topline na fosilna goriva dizalicama topline.

¹ Isključujući sve ugovore o nabavi nad kojima poduzeća Grupe Schwarz nemaju kontrolu, poput onih za pojedinačne unajmljene nekretnine s obvezujućom klauzulom o nabavi električne energije. Više informacija dostupno je na: <https://tvrka.kaufland.hr/nasa-odgovornost/djela-ne-rijeci/Klima.html>

Tijekom radova modernizacije ugrađujemo i LED diode umjesto postojećih sustava rasvjete.

Uvijek smo zainteresirani za daljnje aktivnosti za smanjenje potrošnje energije i djelujemo i na temelju prijedloga zaposlenika podnesenih putem našeg internog sustava upravljanja idejama.

Pogoni Kauflanda za preradu mesa također su si postavili cilj sustavne optimizacije potrošnje

energije u vlastitom poslovanju. Optimizacija procesa planiranja proizvodnje i konsolidacija proizvodnih linija već su rezultirale povećanjem učinkovitosti i pozitivno utjecale na potrošnju energije. Primjeri uključuju optimizaciju i obnavljanje naših rashladnih sustava, kao i redovite inspekcije sustava komprimiranog zraka. Pri nabavi novih sustava sustavno dajemo prednost energetski učinkovitim rješenjima.

UKUPNA POTROŠNJA ENERGIJE U PODUZEĆIMA GRUPE KAUF LAND

Ukupna potrošnja energije blago je porasla za 0,86 % u izvještajnoj godini. Izravna usporedba s prethodnom godinom moguća je samo u ograničenoj mjeri. Zbog promjena u procesu prikupljanja podataka, metrike su projicirane na temelju prethodnih vrijednosti. U našim

projekcijama uzeli smo u obzir značajno proširenje kako bismo pružili realističan dojam naše potrošnje energije. Na taj način možemo osigurati da, unatoč promjeni metodologije prikupljanja podataka, i dalje možemo pružiti provjerljive podatke o potrošnji.

POTROŠNJA ENERGIJE^{1,2}

u MWh	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Ukupna potrošnja energije^{1,2}	3.106.403,3	3.133.129,4 ↑	68.693,4	68.565,4
iz obnovljivih izvora	2.229.806,4	2.257.872,2	57.888,4	57.841,5
	71,8 %	72,1 %	84,3 %	84,4 %
iz neobnovljivih izvora	876.596,9	875.257,2	10.805,1	10.724,0
	28,2 %	27,9 %	15,7 %	15,6 %
Mobilno izgaranje	126.318,7	127.802,4 ↕	5.980,9	5.900,8
Mobilno izgaranje iz obnovljivih izvora	0,0	702,8	0,0	0,0
Mobilno izgaranje iz neobnovljivih izvora	126.318,7	127.099,5	5.980,9	5.900,8
Električna energija	2.235.563,7	2.262.926,7 ↑	57.888,4	57.840,5
iz obnovljivih izvora	2.228.906,9	2.256.269,9	57.888,4	57.840,5
od dobavljača	2.208.259,0	2.232.060,1	56.801,9	56.638,2
iz vlastite proizvodnje	20.647,9	24.209,8	1.086,5	1.202,3
iz neobnovljivih izvora	6.656,9	6.656,9	0	0
od dobavljača	0,0	0,0	0	0
iz vlastite proizvodnje	6.656,9	6.656,9	0	0
Daljinsko grijanje	115.978,9	115.978,9 =	0	0
iz obnovljivih izvora	398,6	398,6	0	0
od dobavljača	398,6	398,6	0	0
iz vlastite proizvodnje	0,0	0,0	0	0
iz neobnovljivih izvora	115.580,3	115.580,3	0	0
od dobavljača	115.580,3	115.580,3	0	0
iz vlastite proizvodnje	0,0	0,0	0	0
Loživo ulje (neobnovljiv izvor)	40.987,0	40.987,0 =	0	0
Prirodni plin (neobnovljivi izvor)	582.630,4	580.509,8 ↓	4.739,2	4.739,2
Sustavi za napajanje u nuždi i šplinker sustavi	4.161,1	4.161,1 =	85,0	190,0
iz obnovljivih izvora	500,9	500,9	0	0
iz neobnovljivih izvora	3.660,3	3.660,3	85,0	190,0

¹ Ako na dan ovog izvještaja podatci nisu bili dostupni, kao pretpostavka su uzeti podatci iz prethodne godine.

² Moguća su manja odstupanja u ukupnim iznosima zbog zaokruživanja.

Energetski intenzitet

Sveukupno, energetski intenzitet u Kauflandu u izvještajnoj godini ostao je stabilan u odnosu na prethodnu godinu.

U Kauflandu Hrvatska, ova se brojka smanjila za 2,5 % u odnosu na prethodnu godinu.

Kaufland International
2023. 2024.Ukupna potrošnja
energije
u MWh

3.106.403,3

3.133.129,4

Prodajni prostor
u m²

5.675.585,4

5.786.699,0

Omjer energetskog
intenziteta
u MWh/m²

0,55

0,55

Kaufland Hrvatska
2023. 2024.

68.693,4

68.565,4

131.273,8

134.394,4

0,52

0,51

Klimatski prihvatljivija gradnja

Prilikom ekspanzije osiguravamo da su naše trgovine, administrativne zgrade i logistički centri izgrađeni tako da budu energetski učinkoviti i što održiviji. Korištenjem klimatski osviještenih metoda gradnje i instaliranjem ekološki prihvatljive tehnologije u naše trgovine možemo smanjiti operativne emisije. Naši građevinski standardi se stalno preispituju te, gdje je to prikladno, razvijaju s ekološkog i energetski učinkovitog stajališta. Kontinuirano procjenjujemo nove aktivnosti i materijale koji mogu ponuditi ekološke prednosti ili poboljšati energetsku učinkovitost naših zgrada. Kaufland gradi vlastite centre za testiranje u nekoliko svojih nacionalnih poduzeća gdje se inovativna i održiva rješenja mogu isprobati u stvarnim uvjetima u suradnji s međunarodnim odjelima Kaufland Stiftung & Co. KG. To uključuje korištenje alternativnih građevinskih materijala s fokusom na kružno gospodarstvo, kao što su drvo ili traka za brtvljenje krova napravljena od 60 % reciklirane plastične folije. Takvim praktičnim

testiranjem prikupljamo vrijedne informacije kako bismo naše metode gradnje učinili još održivijima i prihvatljivijima u pogledu resursa.

Oslanjamo se na općepoznate nacionalne i međunarodne standarde za održivu gradnju, kao što je Excellence in Design for Greater Efficiencies (EDGE). Ukupno 957 lokacija u našem vlasništvu u više zemalja od srpnja 2025. posjeduje EDGE certifikat.

U Kauflandu, sve trgovine u našem vlasništvu u svim zemljama certificirane su u skladu s tim. Ostale zgrade, kao što su već započete novo-gradnje te administrativni i logistički centri, bit će također certificirane. Preko 40 % zgrada Kauflanda već posjeduje EDGE Advanced certifikat. U Kauflandu u Hrvatskoj, 37 % zgrada imalo je takav certifikat do roka za podnošenje izvještaja.

KLIMATSKI PRIHVATLJIV LANAC OPSKRBE

Najveći utjecaj na klimu imamo kroz naš lanac opskrbe. Zbog toga Kaufland nastoji učiniti vlastite lance opskrbe klimatski prihvatljivijima, osobito kada je u pitanju asortiman prehrambenih proizvoda. Veći naglasak stavljamo na standarde održivih proizvoda, transparentnu nabavu i učinkovitu proizvodnju u pogledu resursa. Ključni aspekt u razvoju asortimana je održavanje bliskih, suradničkih partnerstava s našim dobavljačima.

Suradnja između Kaufland Stiftung & Co. KG i agrotehnoške tvrtke Klim je odličan primjer. Zajedno podržavaju poljoprivrednike u prelasku na regenerativnu poljoprivredu jer takve poljoprivredne prakse smanjuju emisije stakleničkih plinova i aktivno pohranjuju ugljik u tlu. Kaufland također financira projekte ublažavanja klimatskih promjena u vlastitom lancu opskrbe u obliku projekata kompenzacije ugljika unutar vlastitog lanca vrijednosti. Modularna, fleksibilna platforma Klima omogućuje nam mjerenje emisija, a samim time i smanjenje emisija koje nastaju na farmama.

Aplikacija potiče poljoprivrednike na prelazak na regenerativnu poljoprivredu diverzifikacijom plodoreda, smanjenjem upotrebe pesticida i gnojiva te minimiziranjem obrade tla. Na taj način smo uspjeli surađivati s Klimom i brojnim poljoprivrednicima, uključujući one koji uzgajaju zob za dobavljače K-Classic müslija, kako bismo uspješno poduzeli akcije za smanjenje emisija stakleničkih plinova na njihovim poljima. Jedan od načina na koji je to postignuto bio je optimizirani plodored i gnojidba. Digitalna agrotehnoška platforma tvrtke Klim nudi poljoprivrednicima razne značajke, kao što su opcije za dokumentiranje regenerativnih mjera.

Naša predanost održivijoj poljoprivredi i očuvanju resursa proteže se od podrške zelenijim poljoprivrednim praksama i odgovornom upravljanju vodom pa sve do društveno odgovornog i ekološki prihvatljivog uzgoja sirovina. Specifični projekti u našim nacionalnim poduzećima pokazuju kako održivost provodimo u praksi zajedno s našim lokalnim partnerima.

Kaufland u Hrvatskoj

Kroz strateško partnerstvo s tvrtkom AGRIVI, Kaufland Hrvatska aktivno potiče digitalnu transformaciju i modernizaciju domaće poljoprivredne proizvodnje. Implementacijom naprednog softverskog rješenja, lokalnim je dobavljačima omogućeno precizno upravljanje resursima, čime se izravno smanjuje ekološki otisak i optimizira upotreba zaštitnih sredstava. Ovim sustavom osigurana je potpuna sljedivost proizvoda „od polja do police“, čime se jamči najviša razina sigurnosti i kvalitete hrane za krajnje potrošače. Suradnja dodatno jača otpornost lokalnih lanaca opskrbe i podupire dugoročnu održivost malih i srednjih poljoprivrednih gospodarstava. Ovakav pristup digitalizaciji potvrđuje predanost tvrtke društveno odgovornom poslovanju i poticanju transparentnih standarda u prehrambenoj industriji.



Poticanje klimatski osviještenih promjena u asortimanu proizvoda

Budući da proizvodi životinjskog podrijetla uzrokuju posebno visoke emisije stakleničkih plinova, kontinuirano radimo na tome da naš asortiman proizvoda učinimo zelenijim nudeći sve veći broj biljnih alternativa. Na taj način Kaufland doprinosi uravnoteženoj prehrani i smanjenju emisija stakleničkih plinova duž cijelog lanca opskrbe. Taj cilj slijedimo i kada je riječ o proširenju našeg asortimana regionalnih proizvoda. Više informacija o ovoj temi možete pronaći u poglavlju **Pravilna prehrana**.



OPTIMIZACIJA TRANSPORTA I LOGISTIKE

Putovanje naših proizvoda od proizvođača do police u trgovini također uzrokuje emisije. Zbog toga optimiziramo i naše transportne rute i naše logističke procese u nastojanju da smanjimo emisije stakleničkih plinova duž cijelog lanca vrijednosti.

Jedno od naših primarnih fokusnih područja ovdje je povećana uporaba odgovarajućih prijevoznih sredstava i energetske učinkovitog skladištenja. To uključuje korištenje sve većeg broja električnih vozila i postavljanje punionica.

Proširenje infrastrukture za punjenje električnih vozila

Kaufland surađuje s etabliranim dionicima u proširenju infrastrukture za punjenje na našim lokacijama. Pokrenuli smo i odgovarajuća partnerstva koja se uvode na pilot tržištima. Primjer je otvaranje parka za punjenje s osam punionica – svaka s vlastitim mjestom za električne poluprikolice – u logističkom centru u Möckmühlu

(Baden-Württemberg, Njemačka) 2023. godine. U tu svrhu, Kaufland Stiftung je surađivao s Einrideom, vodećim pružateljem inteligentnih rješenja za digitalni, električni i autonomni prijevoz robe, kako bi uveo teške e-kamione u opskrbu svojih trgovina. Korištenjem e-kamiona uštedeno je oko 700 tona CO₂ od otvaranja parka za punjenje (od svibnja 2025.).

Također kontinuirano proširujemo ponudu električnih punionica za automobile na našim lokacijama. Na kraju poslovne godine 2024., Kaufland Hrvatska je upravljao s ukupno 50 e-punionica sa 109 priključaka koje koriste zelenu električnu energiju.



Zaštita klime učinkovitim transportom i logistikom

Sva naša skladišta već posluju što je moguće održivije zahvaljujući korištenju energetske učinkovitih tehnologija i obnovljivih izvora energije. U Kauflandu smo, kao poduzeću Grupe Schwarz, zajednički odredili materijalne aspekte održivih logističkih procesa u planu svih divizija koji služi kao osnova za širok raspon aktivnosti. Sveobuhvatni podaci koji su dio ugljičnog otiska čine osnovu za sve aktivnosti. Transport u Kauflandu uzrokovao je približno 1,28 (2023.: 1,21) milijuna tona emisija CO₂e u fiskalnoj godini 2024.; u Kauflandu Hrvatska, ta brojka je bila 39.059 (2023.: 36.837) tona. Jedan od fokusa je uvođenje kamiona s niskim emisijama.

Također podržavamo naše pružatelje transportnih usluga u prijelazu prema logistici s nižim

CO₂e otiskom i potičemo ih da izračunaju i smanje svoje emisije. U Kauflandu prepoznajemo velik potencijal za smanjenje emisija stakleničkih plinova, osobito u našoj suradnji sa špediterima. Kako bi procijenio tehnički status našeg voznog parka u smislu energetske učinkovitosti i emisija CO₂e, Kaufland je angažirao tvrtku FUMO® Solutions GmbH s ciljem revizije preko 100 špeditera u više zemalja. Ako prođe postupak revizije, špediteru se dodjeljuje titula Green Carrier (Zeleni prijevoznik). Nalazi ove revizije mogu se koristiti kao specifične polazne točke za određene akcije kao što je individualna potrošnja energije, što dovodi do smanjenja emisija CO₂e. U budućnosti

će Kaufland provoditi ove revizije godišnje za svakog špeditera.

Inovativna, održiva logistika Kauflanda prepoznata je i u branši: Na dodjeli nagrada Reta, koja svake godine ističe izvanredne tehnološke projekte maloprodajnih poduzeća, početkom 2024. Kaufland je primio nagradu za uspješno uvođenje sustava automatskog komisioniranja u svojim distributivnim centrima.

Nagrađivana predanost

Kontinuitet se isplati. Godine 2023., Kaufland je postao prva tvrtka na njemačkom maloprodajnom tržištu koja je nagrađena trećom Lean & Green zvjezdicom za sveobuhvatno smanjenje emisija CO₂e. Ova ekološka nagrada inicijative Lean & Green odaje priznanje dugoročnoj predanosti u području održive logistike. Green Carrier audit, koji je proveden i u poslovnoj godini 2024., na lokacijama sedam prijevoznih tvrtki pokazao je povećanje uspješnosti od + 4 % u usporedbi s baznom godinom (2021).

Navedeno znači da je Kaufland Hrvatska u poslovnoj godini 2024. zadržao pozitivan trend bodovanja uspješnosti u smislu energetske učinkovitosti i smanjenja emisija CO₂ kod pružatelja transportnih usluga.

Nabavom regionalnih proizvoda do kraćih transportnih ruta


Kraće transportne rute znače niže emisije. Upravo zato prednost dajemo regionalnim dobavljačima u našem asortimanu jer to znači kratke transportne rute, svježinu, kvalitetu i podršku lokalnim poduzećima. Proizvodi nabavljeni iz regije odn. iz vlastite zemlje često su i sezonski. Kada je lokalno voće i povrće u sezoni, putovanje od regionalnih proizvođača do police u trgovinama je posebno

kratko. Kraće rute i razdoblja skladištenja u usporedbi s uvoznim proizvodima znače značajno nižu potrošnju energije i emisije CO₂e, a prije svega svježije proizvode. Više informacija dostupno je u poglavlju **Pravilna prehrana**.

BIORAZNOLIKOST I TLO

Kao što je opisano na početku ovog poglavlja, bioraznolikost je osnova našeg bogatog asortimana prehrambenih proizvoda. Ipak, uzgoj tih proizvoda može imati negativan utjecaj na bioraznolikost. Zbog toga u Kauflandu provodimo niz akcija kako bismo odigrali svoju ulogu u zaštiti i očuvanju bioraznolikosti te minimizirali negativne učinke na okoliš. Ove akcije kreću se od smanjenja upotrebe pesticida do odgovornog upravljanja vodom, a cilj im je i postizanje lanaca opskrbe bez deforestacije.


Ciljano smanjenje upotrebe pesticida

Važan element u našoj predanosti bioraznolikosti je inicijativa za upravljanje pesticidima za voće i povrće. Kaufland od 2006. godine s dobavljačima radi na projektima koji za cilj imaju promicanje integrirane poljoprivrede te smanjenje i izbjegavanje upotrebe pesticida u uzgoju voća i povrća. Ovaj sustavni pristup omogućuje smanjenje upotrebe pesticida. Standardi Kauflanda su stroži od zakonskih zahtjeva jer strogo ograničavaju aktivne tvari dopuštene za upotrebu, tako da se pesticidi na usjevima koriste u najmanjoj mogućoj mjeri. **Opće specifikacije Kauflanda i popisa izuzeća Kauflanda za posebno opasne ili štetne pesticide**  sadrže detaljne informacije i upute u vezi s tim. Popis izuzeća, na primjer, navodi sve aktivne tvari koje zabranjuje ili isključuje Kaufland ili međunarodni zahtjevi (tvari klase 1a i 1b SZO-a te Rotterdamska i Stockholmska konvencija).

Kaufland dosljedno zagovara korištenje pesticida samo kada s agronomskog gledišta ne postoje

Na razini proizvoda, imamo niz certifikata koji također uzimaju u obzir kriterije bioraznolikosti. To uključuje organsku oznaku FSC® (Forest Stewardship Council) za proizvode na bazi drva, MSC (Marine Stewardship Council) i ASC (Aquaculture Stewardship Council) za ribu, Rainforest Alliance za kavu i banane te Fairtrade za kakao. Našu predanost potvrđuju i nevladine organizacije. U izvješću Svjetskog fonda za prirodu za 2024. za palmino ulje (Palm Oil Scorecard), Kaufland je postigao dobre rezultate zauzevši jedanaesto mjesto od 285 tvrtki koje je organizacija kontaktirala.

održive alternative. Redovito provodimo neovisne provjere kako bismo osigurali da su naši interni standardi ispunjeni. I naši naporu su nagrađeni: Već smo pionirska snaga u smanjenju upotrebe pesticida u uzgoju voća i povrća, kao i cvijeća i biljaka. Naši standardi su među najstrožima u cijeloj industriji.

U **Izvještaju o transparentnosti za voće i povrće i Izvještaju o transparentnosti za cvijeće i biljke** , nudimo sveobuhvatan uvid u strogo reguliranu upotrebu sredstava za zaštitu bilja u Kauflandu i našu predanost održavanju bioraznolikosti.

Zaštita šuma kroz osviještenu nabavu

U skladu s Uredbom EU 2023/1115¹ o proizvodima bez deforestacije (EUDR) koju su donijeli Europski parlament i Vijeće Europske unije, poduzeća Grupe Schwarz sudjelovala su u stručnim skupinama za razvoj obvezujućeg pristupa korporativnoj dužnoj pažnji. U skladu s uredbom, to će osigurati proizvode bez deforestacije od 30. prosinca 2026. To utječe na relevantne sirovine drvo, kakao, kavu, gumu, palmino ulje, soju i govedinu, kao i proizvode izrađene od ovih sirovina.


Poduzeća Kauflanda rade na uključivanju EUDR-a u svoju strategiju za lance opskrbe bez deforestacije, a potpisala su i izjavu o misiji Svjetskog fonda za prirodu o deforestaciji i uništavanju okoliša kako bi naglasila svoju predanost. Osim toga, u Kauflandu se zalažemo i za uključivanje „ostalih šumskih površina“² u kontekst EUDR-a. Ovaj korak će osigurati veću zaštitu važnim ekosustavima diljem svijeta te olakšati provedbu uredbe za poduzeća i nadležna tijela. Nadalje, stvorit će jednake uvjete za sve.

Konkretno, u Kauflandu smo intenzivno uključeni u temu lanaca opskrbe bez deforestacije na razini EU-a putem udruge EuroCommerce, kao i na Forumu dionika njemačkog Saveznog ministarstva

hrane i poljoprivrede. Kaufland je također testirao EUDR informacijski sustav Europske komisije i poslao prijedloge za poboljšanja. Kao rezultat toga, učinili smo proizvode bez deforestacije temeljnom temom usklađenosti kao dio naših aktivnosti usklađenosti u lancu opskrbe.

Soja je fokusna sirovina kada je riječ o mjerama za sprječavanje deforestacije. U Kauflandu se sve više fokusiramo na europsku soju kako bismo se učinkovito borili protiv deforestacije. Kako bi potaknuli uzgoj soje bez GMO-a u Europi, Kaufland Stiftung & Co. KG još 2019. godine sklopio je partnerstvo s neprofitnom organizacijom Donau Soja. Godine 2024. Kaufland je podržao uzgajivače soje u Ukrajini, Hrvatskoj, Srbiji te Bosni i Hercegovini koji su kroz proteinska partnerstva mogli certificirati svoja zrna soje kao održivije proizvode bez GMO-a.

U tom kontekstu, Kaufland je objavio ambiciozan dobrovoljni sporazum za lance opskrbe sojom bez deforestacije.

Dobrovoljna obveza za lance opskrbe sojom bez deforestacije (Kaufland) 

¹ Uredba – 2023/1115 – EN – EUR-Lex (europa.eu).

² U skladu s definicijom Organizacije Ujedinjenih naroda za hranu i poljoprivredu (FAO).

Promicanje održivije poljoprivrede

Kaufland surađuje i s drugim dionicima izvan područja borbe protiv deforestacije kako bi promicao teme povezane s biološkom raznolikošću: zajedno s Leibniz institutom za povrtlarstvo i ukrasno bilje e. V. i Gemüsering Stuttgart GmbH, 2020. godine Kaufland Stiftung & Co. KG pokrenuo je znanstveni projekt za promicanje održive poljoprivrede. Suradnja s gotovo 20 poduzeća

iz tri skupine kultura: povrće, voće i krumpir iz Njemačke, Poljske i Češke, za cilj ima analizirati i poboljšati biološku raznolikost, sadržaj humusa i plodnost tla primjenom znanstvenih spoznaja. Nalazi analize trenutnog stanja tla objavljeni su u znanstvenoj publikaciji. Na temelju toga, od 2022. godine poduzimaju se mjere za poboljšanje tla.

Zaštita bioraznolikosti na vlastitim lokacijama

Zelene fasade i krovovi kao dio internacionalne strategije zelene gradnje.

Na lokacijama Kauflanda diljem Europe, koncept zelene gradnje, za koji je odgovoran odjel za Nekretnine Kaufland Stiftung & Co. KG, jedan je od stupova zaštite biološke raznolikosti. Izgradnja novih zgrada također može utjecati na biološku raznolikost, primjerice brtvljenjem tla. Zato se za nove zgrade Kauflanda detalji o aspektima ozelenjavanja, kao što je opsežno ozelenjavanje krovova, općenito uključuju u zajednički razvijene građevinske specifikacije koje se pregledavaju prije svakog novog projekta.

Istodobno, trenutačno radimo na konceptima koji će sustavno ojačati temu bioraznolikosti na našim postojećim lokacijama nekretnina. To uključuje postavljanje hotela za insekte i kućica za gniježđenje te izradu traka s divljim cvijećem pogodnih za kukce i pčelinjih staza. U okviru koncepta zelene gradnje, poduzeća Grupe Schwarz neprestano razvijaju i testiraju nova rješenja s ciljem smislene primjene u budućnosti. Isprobane i testirane akcije uključuju dodavanje zelenila na fasade ili krovove nadstrešnica za kolica za kupnju u odabranim trgovinama.

Sklapanje partnerstva za rješenja temeljena na prirodi

Daljnja partnerstva pomažu nam u promicanju i očuvanju bioraznolikosti. Bodensee-Stiftung & Co. KG u Njemačkoj podržava Kaufland Stiftung u razvoju projekata bioraznolikosti od 2016. Procjenjuje aktivnosti vezane uz bioraznolikost i rješenja temeljena na prirodi za ublažavanje klimatskih promjena te ih klasificira prema njihovoj strateškoj relevantnosti. Zaposlenici Kauflanda također imaju priliku poboljšati svoje vještine kada je riječ o bioraznolikosti sudjelovanjem u redovitim virtualnim treninzima. Kaufland u svim nacionalnim poduzećima ima koristi od ove razmjene stručnog znanja i dobiva pristup najnovijim razvojem i otkrićima.

Kaufland Stiftung & Co. KG također je osnivački član udruge Food for Biodiversity e. V., gdje predstavlja sva nacionalna poduzeća Kauflanda. Kroz svoje sudjelovanje u organizaciji, dionici iz tvrtki, udruga i organizacija koje postavljaju standarde u prehrambenoj industriji pomažu u očuvanju bioraznolikosti putem niza različitih projekata. U tom kontekstu, Kaufland trenutačno provodi niz pilot-projekata za testiranje osnovnog skupa kriterija bioraznolikosti koji su razvijeni u okviru organizacije. Time se Kaufland nada podići standarde bioraznolikosti u europskoj proizvodnji hrane.

Vrištine i močvarna područja igraju ključnu ulogu u ublažavanju klimatskih promjena, služeći kao vrijedni ekosustavi koji su dom jedinstvenim biljnim i životinjskim vrstama. Kaufland u Njemačkoj poduzima izravne akcije u tom pogledu projektom obnove divljih ekosustava, udružujući svoje resurse s resursima partnera Coca-Cola Europacific Partners i Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN) u travnju 2024., kako bi se u roku od tri godine ponovno oživjela četiri močvarna i priobalna šumska područja te ponovno navlažilo pet močvara u devet parkova prirode u Njemačkoj.

Vlažne vrištine također se mogu obrađivati na ekološki prihvatljiv način. Organizacija Allianz der Pioniere koristi taj potencijal kao dio inicijative toMOORow i testira rješenja koja ne samo da koriste okolišu, već su i financijski atraktivna. Kaufland je postao prvi maloprodajni trgovac prehrambenima proizvodima koji se pridružio organizaciji i predan je tome da se ponovno navlažena

tresetišta u budućnosti učine prikladnima za poljoprivrednu upotrebu.

U takozvanoj paludikulturi, biljke s visokom tolerancijom na vodu kao što su šaš, trska, rogoz i crna joha mogu uspijevati u takvim staništima. Ove biljke mogu poslužiti kao vrijedne, regionalne i održive sirovine u građevinskoj i izolacijskoj industriji, u proizvodnji papira i ambalaže te u proizvodnji drvnih materijala. Kao partner u ovoj inicijativi, testiramo korištenje građevinskih i papirnatih materijala u pilot-projektima kako bismo uspješna rješenja doveli na tržište. U konačnici, projekti poput ovih dvostruki su dobitak: ponovno navlaživanje može stvoriti nove izvore prihoda za poljoprivredu, otključati gospodarski potencijal te istodobno podržati ublažavanje klimatskih promjena i bioraznolikost.

Kaufland je prvi maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima koji je dio "Allianz der Pioniere"









05 OČUVANJE RESURSA

Ono što učinimo danas oblikuje svijet sutrašnjice. Zato u Kauflandu naš cijeli lanac vrijednosti činimo održivijim, korak po korak – od odgovorne nabave do osviještene konzumacije hrane. Učinkovito koristimo resurse, sve više razmišljamo o održivim kružnim procesima i aktivno se angažiramo za smanjenje rasipanja hrane.

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI

Razmišljamo holistički i razmatramo utjecaje naših proizvoda kroz cijeli njihov životni ciklus – od sirovine do recikliranja. Zbog toga ciljano ulažemo napore u smanjenje korištenja prirodnih resursa u našim lancima vrijednosti i potičemo način razmišljanja koji se temelji na zatvorenom krugu.

Cilj	Rok	Mjerenje KPI-ova	Status	Ostvarenje cilja u PG 2024
Do 2025. godine Kaufland će koristiti prosječno 25 % recikliranog materijala ¹ u plastičnoj ambalaži vlastitih robnih marki.	2025.	Ostvarenje cilja u postotku	⚙️	International  26 % Kaufland Hrvatska  12 %
Do 2025. godine, Kaufland će maksimizirati mogućnost recikliranja 100 % plastične ambalaže vlastitih robnih marki.	2025.	Ostvarenje cilja u postotku	➔	International  60 % Kaufland Hrvatska  51 %
Do 2025. godine, Kaufland će koristiti 30 % manje plastike u ambalaži vlastitih robnih marki i pomoćnim sredstvima za transport od plastike u usporedbi s baznom godinom 2017.	2025.	Ostvarenje cilja u postotku	⬇️	International  44 % Kaufland Hrvatska  47 %
Do kraja 2030. godine, Kaufland će smanjiti rasipanje hrane za 50 % u usporedbi s 2018.	2030.	Cilj i metode mjerenja u razvoju		
Do 2030. godine, sva nacionalna poduzeća Kauflanda bit će certificirana u skladu s DIN Spec 91436.	2030.	Novi cilj Ostvarenje cilja u postotku	➔	International  25 %

✓ Ostvareno
➔ Povećanje u odnosu na prošlu godinu
⬇️ Smanjenje u odnosu na prošlu godinu
⊖ Bez promjene
⚙️ U tijeku

¹ Recikliranim materijalima smatramo 100-postotni PCR (reciklirani materijal nakon upotrebe, tj. reciklirana plastika iz otpada iz kućanstava), bojilo (pigment u boji) i punilo za navedenu kategoriju proizvoda.

Naši ciljevi u pogledu sirovina

Specifični ciljevi i zahtjevi koji se odnose na odabrane sirovine navedeni su u našim „Općim zahtjevima održivosti“ za proizvode vlastite robne marke Kaufland.

Certificirano u skladu s

- Rainforest Alliance
- Fairtrade
- Organic (Bioland, Demeter, EU organic label, Naturland)

Status 2024.



PROIZVODI OD KAVE

Kaufland nudi 100 % certificirane održive proizvode od kave.

Postotak održive kave (vlastita robna marka) u asortimanu proizvoda od kave (vlastita robna marka).

Internacionalno

89,9 %

Hrvatska

96 %



PROIZVODI OD PRŽENE KAVE

Kaufland nudi 100 % certificirane održive proizvode od pržene kave.

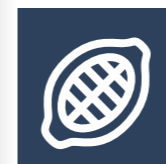
Postotak održivih proizvoda od pržene kave (vlastita robna marka) u asortimanu proizvoda od pržene kave (vlastita robna marka).

Internacionalno

86,4 %

Hrvatska

100 %



KAKAO

Kaufland nudi 100 % certificirani održivi kakao.

Postotak održivog kakaa (vlastita robna marka) u asortimanu proizvoda od kakaa (vlastita robna marka).

Internacionalno

83,4 %

Hrvatska

88 %



ČAJ (CRNI/ZELENI/ROOIBOS)

Kaufland se obvezuje na 100 % certificirani održivi čaj. Crni, zeleni, bijeli i rooibos čaj.

Postotak održivog čaja (crni/zeleni/rooibos) (vlastita robna marka) u asortimanu proizvoda od čaja (crni/zeleni/rooibos) (vlastita robna marka).

Internacionalno

98,4 %

Hrvatska

92,9 %

PRISTUP UPRAVLJANJU

Oštar porast potrošnje resursa ima primjetne posljedice za okoliš, a utječe i na dostupnost ključnih sirovina te stoga ima izravan učinak na naš poslovni model. S tim izazovima suočavamo se odgovornom nabavom na temelju naše strategije sirovina, istovremeno sustavno slijedeći našu holističku strategiju kružnog gospodarstva „REset Resources“.

Izazovi globalne nabave sirovina

Najhitniji zadatak u očuvanju resursa je usklađivanje gospodarskog rasta i rastuće potrošnje s ekološkim granicama našeg planeta. Ipak, sirovine ostaju ključne za način na koji mnogi ljudi žive i zarađuju za život, istovremeno čineći temelj našeg asortimana proizvoda. Postoji mnogo izazova koje treba prevladati u proizvodnji i odlaganju proizvoda, uključujući ekološke prepreke koje opisujemo u poglavlju **Zaštita okoliša**. Nadalje, u globaliziranom svijetu, lanci opskrbe protežu se cijelim planetom, što komplicira napore praćenja sirovina do njihovog izvorišta. Materijali nisu potrebni samo za proizvodnju, već i za pakiranje naših proizvoda i transportnu ambalažu. Ti materijali također troše resurse.

Pitanje smanjenja otpada također nam je jako važno. Različiti čimbenici kao što su lom, kvarenje ili gubici u preradi mogu uzrokovati gubitak hrane duž cijelog lanca vrijednosti – od prerade u pogonima za preradu mesa, na primjer, pa sve do prodaje u trgovini. Gubici u preradi također mogu nastati kao rezultat zadanih standarda kvalitete ili zakonskih zahtjeva.

Posljedice nepotrebnog bacanja hrane su sveobuhvatne: iz ekološke perspektive - dolazi do rasipanja oskudnih, vrijednih resursa kao što su voda, tlo i energija, kao i do stvaranja stakleničkih plinova koji se mogu izbjeći. Bacanje hrane ima i društveni utjecaj, primjerice na globalnu opskrbu hranom. U slučaju životinjskih proizvoda te s obzirom na resurse koji se koriste u stočarstvu, i s etičkog stajališta je važno iskoristiti što je više moguće dijelova životinje.

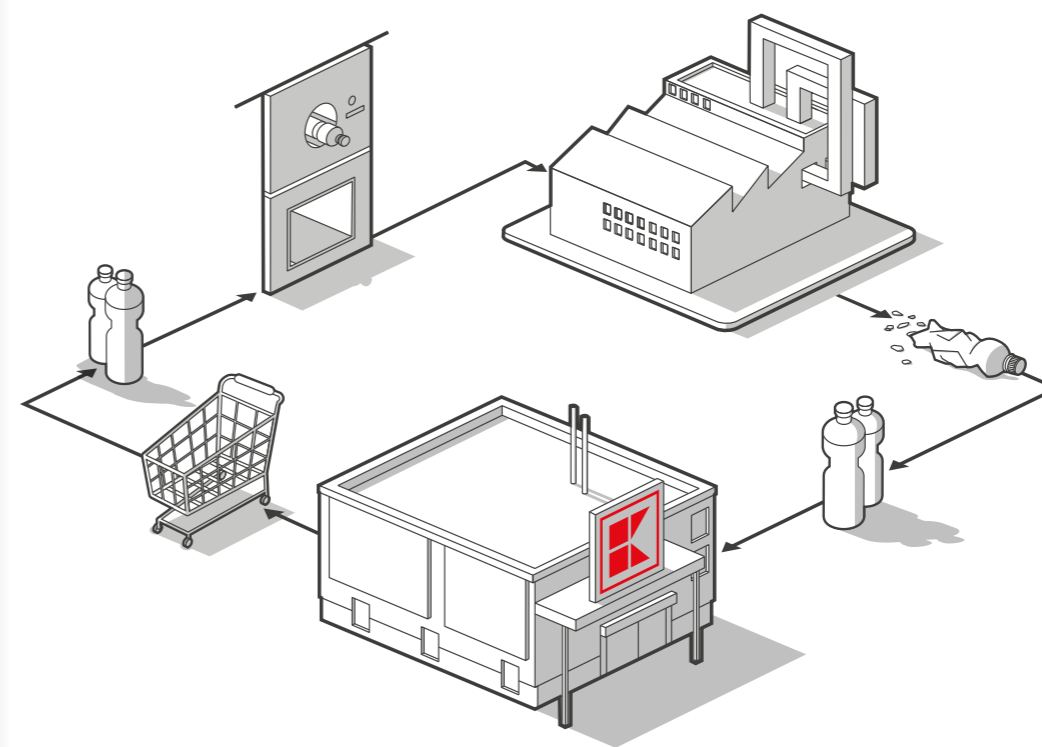
Naš strateški pristup: očuvanje resursa

Uspostavili smo specifične strategije koje sadrže odgovarajuće akcije za rješavanje izazova povezanih s upravljanjem resursima. Cilj nam je učinkovito korištenje resursa, izbjegavanje otpada te zatvoreni krug recikliranja.



Naša strategija kružnog gospodarstva

Zajednički razvijenom strategijom kružnog gospodarstva REset Resources, poduzeća Grupe Schwarz udružuju sve svoje aktivnosti u ovom području – od metoda gradnje pa sve do smanjenja otpada od hrane. Posebno fokusno područje u tom kontekstu je daljnji razvoj ciljeva ambalaže. Do 2030. želimo razviti ambalažu koja se može reciklirati, smanjiti upotrebu novih materijala, koristiti alternative za višestruku upotrebu i povećati količinu recikliranih materijala u našoj ambalaži vlastite robne marke. Osim toga, volumen reciklabilnih materijala koji se prikupljaju i recikliraju treba, između ostalog, odgovarati volumenu ambalaže vlastitih robnih marki stavljenom u optjecaj.



STRATEŠKI FOKUS „OČUVANJE RESURSA“ UKLJUČUJE ČETIRI TEME:

POTICANJE KRUŽNOG GOSPODARSTVA	SMANJENJE OTPADA OD HRANE	ODGOVORNO OPHOĐENJE SIROVINAMA	OČUVANJE SLATKIH VODA
<p>Kao bitan dio zajednički razvijene strategije za poduzeća Grupe Schwarz, uspostavljamo načela kružnog gospodarstva u vlastitim procesima, kao i duž lanaca vrijednosti. Kaufland nastavlja poticati promjene, između ostalog i s pružateljem usluga zaštite okoliša PreZero, kao i proizvodnim pogonima Schwarz, udruživanjem stručnosti i infrastrukture kako bi transformacija u kružno gospodarstvo bila uspješna. U zajednički razvijenoj strategiji pakiranja REset Plastic, fokus je dosad bio na optimizaciji plastične ambalaže za vlastite robne marke. U poslovnoj godini 2025. dolazi do razvoja u holističku strategiju kružnog gospodarstva REset Resources, u okviru koje tvrtke Grupe Schwarz zajednički koriste svoje globalno vodstvo u ekosustavu kako bi resurse zadržale u zatvorenim kružnim procesima.</p>	<p>Predani smo smanjenju otpada od hrane, kako u trgovinama, tako i među potrošačima. U našem poslovanju osiguravamo da se hrana koja više nije prikladna za ljudsku konzumaciju iskoristi na najbolji mogući način. U našoj ulozi poveznice između proizvođača i potrošača, želimo aktivno pomoći objema stranama u smanjivanju gubitaka hrane. Naš jasan cilj: smanjiti otpad od hrane za 50 % do 2030. u usporedbi s razinama iz 2018.</p>	<p>Održivija nabava sirovina ključni je faktor u dugoročnoj zaštiti okoliša i klime, kao i u smanjenju društvenih rizika. U zajednički izrađenoj strategiji sirovina identificirali smo fokusne i rizične sirovine koje su od posebnog značaja zbog svojih učinaka i relevantnosti za naše poslovanje. Pritom su uzete u obzir postojeće analize rizika, kao i stručnost različitih dionika. Kao rezultat ovog procesa, u Kauflandu smo identificirali rizične sirovine, kao i pet fokusnih sirovina kojima posvećujemo posebnu pozornost:</p> <p>Rizične sirovine: kokos, voće i povrće, riža, mango, ananas, pamuk, riba (tuna), bilje i začini (papar), cvijeće i biljke, soja, orašasti plodovi, životinjski proizvodi, čaj, celuloza, meso (govedina)</p> <p>Fokusne sirovine: banana, kava, sok od naranče, palmino ulje, kakao</p> <p>U izvještajnom razdoblju, definirali smo specifične ciljeve i poduzeli aktivnosti vezano uz navedene fokusne sirovine za proizvode vlastite robne marke koje nabavlja Kaufland Stiftung & Co. KG u ime i od Kauflanda Hrvatske.</p>	<p>Kao član Saveza za upravljanje vodama (Alliance for Water Stewardship), Kaufland je predan odgovornom upravljanju vodnim resursima duž lanca vrijednosti. Također nastojimo u većoj mjeri integrirati temu vode u strategiju održivosti. Do kraja 2025. godine, 100 % naših proizvođača voća i povrća u zemljama izloženim visokim rizicima od nestašice vode – Španjolska, Portugal, Italija, Grčka, Egipat, Južna Afrika, Maroko, Tunis, Izrael i Čile – mora biti certificirano prema priznatim standardima. Osim toga, pogoni za preradu mesa postavili su si zajednički cilj kontinuiranog praćenja i smanjenja specifične potrošnje vode u svojim objektima: žele postići smanjenje prosječne potrošnje vode od 3 % na svim lokacijama do kraja poslovne godine 2025. Više informacija o našoj predanosti održivom upravljanju vodom možete pronaći u našoj Smjernici za vodu.</p>

Naše politike i načela:

Interne smjernice i načela definiraju kako pristupamo ovim temama. Pristupe i radnje koje poduzimamo kako bismo postigli održiviji asortiman proizvoda i nabavu sirovina objavljujemo u raznim dokumentima o stajalištima i politikama nabave¹:

- [Smjernica o ribi](#)
- [Smjernica o soji kao stočnoj hrani](#)
- [Smjernica o održivom tekstilu](#)
- [Izvještaj o transparentnosti za voće i povrće](#)
- [Izvještaj o transparentnosti za cvijeće i biljke](#)
- [Smjernica za vodu](#)
- [Smjernica za smanjenje otpada](#)
- [Smjernica o dobroj prehrani](#)

Pogoni Kauflanda za preradu mesa također su sastavili politiku zaštite okoliša, energije te zdravlja i sigurnosti na radu koja definira kako učinkovito, svjesno i pažljivo upravljati resursima.

Kako upravljamo resursima i odgovornošću

Veća održivost u nabavi sirovina čvrsto je uspostavljena kao fokusno područje zajedničke strategije, a koordinira je odjel za održivu nabavu u Kaufland Stiftung & Co. KG. Kao dio naše strategije sirovina, zajednički smo stvorili strukture i procese kako bismo osigurali kontinuiranu i potpunu usklađenost s regulatornim zahtjevima, definirali dobrovoljne obveze za održiviju nabavu sirovina i realizirali projekte s pozitivnim učinkom u suradnji s dionicima.

Smanjenje otpada od hrane u Kauflandu zajednička je zadaća svih sektora i razina poduzeća. Implementacija i razvoj operativnih smjernica te procesa i radnji za smanjenje otpada od hrane prvenstveno je zadaća Prodaje, Upravljanja lancem opskrbe i pogona Kauflanda za preradu mesa. Nadležni Odjel nabave pruža dodatnu podršku u aspektima koji se tiču asortimana proizvoda ili suradnje s dobavljačima. Odjel društveno odgovornog poslovanja koordinira suradnju s vanjskim dionicima kao što su kreatori politika ili udruge. Kako bi se osiguralo da svi odjeli učinkovito surađuju u tom pogledu, Kaufland je osnovao međunarodnu radnu skupinu koju čine zaposlenici iz različitih odjela za smanjenje gubitaka i rasipanja

hrane. Osim toga, putem Kaufland Stiftung & Co. KG, Kaufland surađuje s drugim poduzećima Grupe Schwarz kako bi osmislili zajedničke, sveobuhvatne strateške akcije i ciljeve.

Dionici i odjeli u Kauflandu blisko surađuju i koordiniraju svoje aktivnosti kako bi potaknuli holističko kružno gospodarstvo. Upravljanje ambalažom, dio nabave u Kaufland Stiftung & Co. KG, preuzima odgovornost za strategiju ambalaže, analizira cjelokupni asortiman vlastitih robnih marki i kontinuirano optimizira ambalažu koja se koristi. Odjeli nabave Kauflanda i Grupe Schwarz, kao i GreenCycle – kao dio PreZero grupe – zaduženi su za korištenje recikliranih materijala u proizvodima (proizvodi koji nisu za prodaju²). Blisko surađuju s Kauflandom, kao i s proizvođačima i tvrtkama za recikliranje. Središnji odjeli na međunarodnoj razini i u našem nacionalnom poduzeću odgovorni su za aktivno provođenje korištenja održivijih građevinskih materijala u našim nekretninama.

¹ Opseg smjernica i politika nabave jasno je definiran u svakom pojedinom slučaju.

² Proizvodi koji nisu za prodaju: kapitalna imovina potrebna interno za realizaciju poslovnih aktivnosti.

PROMICANJE KRUŽNOG GOSPODARSTVA

U Kauflandu želimo doprinijeti konceptu kružnog gospodarstva na različitim razinama. Na našem putu prema nultoj stopi otpada (Road to Zero Waste) definirali smo obvezujuće korake kojima sirovine zadržavamo u kružnom procesu i provodimo sustavnu zaštitu resursa. Ti koraci odnose se na korištenje materijala, kao i na upravljanje vodom i bacanje hrane.

Zajedničko preuzimanje odgovornosti

Naša predanost funkcionalnom kružnom gospodarstvu često nadilazi minimalne zakonske zahtjeve, a naša ambalaža i naše inicijative u sklopu puta prema nultoj stopi otpada glavni su primjeri. Istovremeno, zakonske promjene i novi propisi dodatno potiču tu temu. Jedan od najvažnijih zakonskih akata je Uredba Europske unije o ambalaži i ambalažnom otpadu (PPWR) koja će zamijeniti i nadopuniti postojeće zakone o toj temi. Ova uredba također promiče razvoj održivijih rješenja za ambalažu i korištenje reciklabilnih materijala.

Tvrtke Grupe Schwarz surađuju već dugi niz godina kako bi utrle put prema funkcionalnom kružnom gospodarstvu, čak i izvan zakonskih okvira. U tom kontekstu, Kaufland se, kao dio Grupe Schwarz, pridružio Zakladi Ellen MacArthur Foundation – neprofitnoj organizaciji osnovanoj 2010. s ciljem promicanja modela kružnog gospodarstva diljem svijeta. Zajedno nastojimo dijeliti i ostvariti našu viziju funkcionalnog kružnog gospodarstva. Potpisivanjem Globalne obveze Zaklade Ellen MacArthur 2018. godine, preuzeli smo obvezu aktivnog rada

na održivijem korištenju resursa. Ovaj sporazum pokrenula je Zaklada Ellen MacArthur Foundation u suradnji s Programom Ujedinjenih naroda za okoliš. Radeći zajedno s uključenim tvrtkama te s vladama, nevladinim organizacijama i inicijativama, razvijamo nove strategije i rješenja za promicanje kružnog gospodarstva, posebice za plastiku.

Kaufland je također uključen u **RecyClass**, a paneuropsku organizaciju posvećenu poboljšanju mogućnosti recikliranja ambalaže koju su 2017. osnovala europska udruženja u industriji plastične ambalaže. Primarni cilj organizacije je stvoriti standardizirani, transparentan i znanstveno utemeljen sustav za procjenu mogućnosti recikliranja plastične ambalaže u Europi. Zahtjevi RecyClass okvira jedan su od temelja za razvoj ambalaže u Kauflandu.

Strategija kružnog gospodarstva: od načela do prakse

Naše aktivnosti kružnog gospodarstva objedinjene su u sklopu REset Plastic strategije od 2018. godine. Ova zajednički razvijena strategija ambalaže usredotočena je na plastičnu ambalažu koja se koristi za proizvode vlastite robne marke. U Kauflandu Hrvatska već su postignuti značajni napretci u optimizaciji i smanjenju ambalaže u suradnji s našim dobavljačima. Kaufland je dosad uspio smanjiti upotrebu plastike za 44 % na međunarodnoj razini i za 47 % u Kauflandu Hrvatskoj, te se internacionalno koristiti prosječno 26 % recikliranih materijala u ambalaži vlastite robne marke – 12 % u Kauflandu Hrvatska.

S novom, sveobuhvatnom i zajednički razvijenom strategijom kružnog gospodarstva REset Resources, kao dio Grupe Schwarz koristimo naš jedinstveni globalni ekosustav kako bismo zadržali resurse u optičaju. Uzimamo u obzir sve

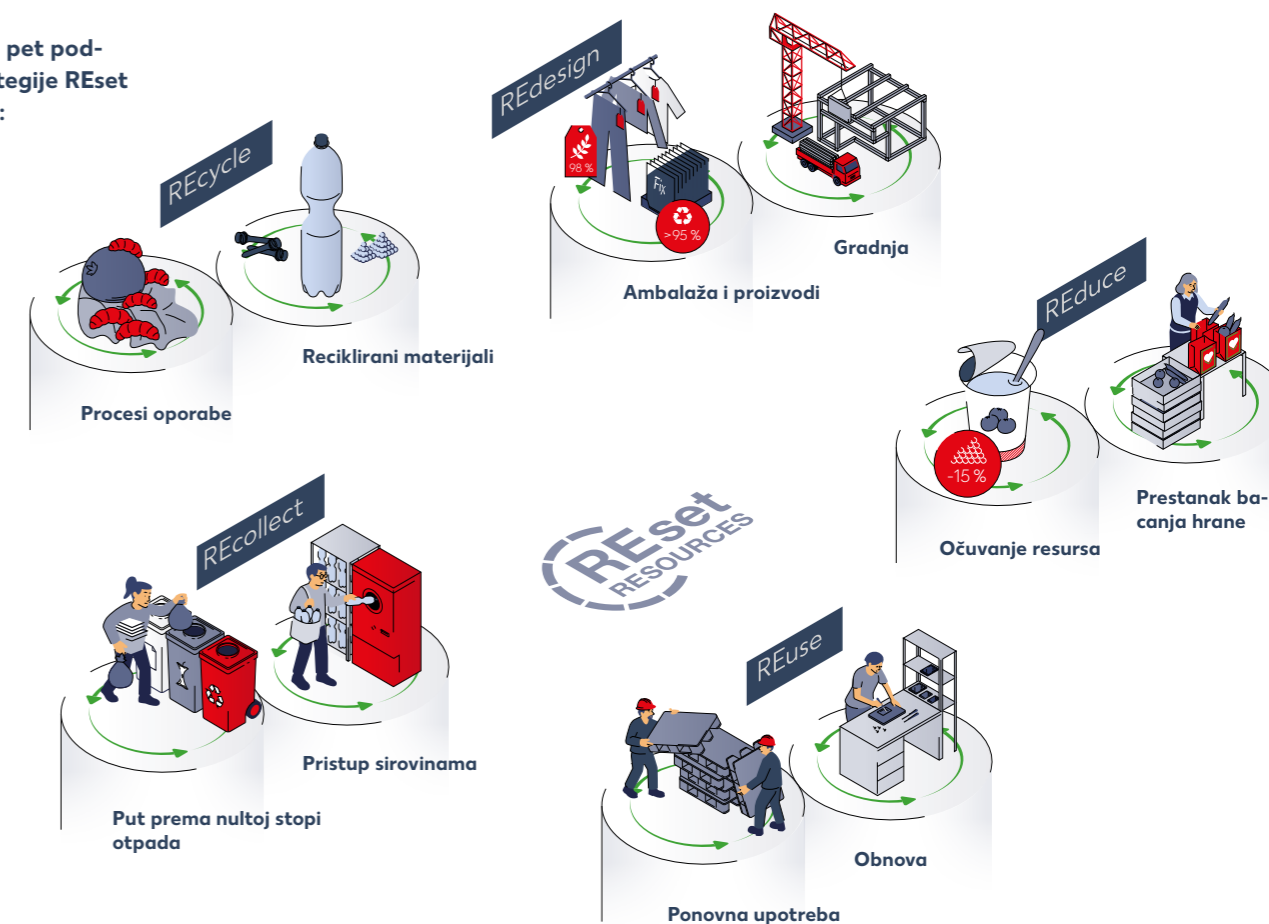
vrste materijala, od ambalaže i proizvoda do građevinskih materijala te otpada od hrane, kao i Puta prema nultoj stopi otpada i procesa uporabe. Smanjujemo upotrebu resursa, promičemo njihovu ponovnu upotrebu, povećavamo mogućnost recikliranja i osiguravamo pristup reciklabilnim materijalima. Nadalje, povećavamo upotrebu recikliranih materijala. Time REset Resources mijenja ophođenje resursima i promiče svijest o principu zatvorenog kružnog procesa duž cijelog lanca vrijednosti. Pokrivajući sve aspekte kruga, od proizvodnje preko maloprodaje do gospodarenja otpadom i recikliranja, razlikujemo se od ostalih konkurenata.

47 %
smanjenje plastike

12 %
upotreba recikliranih materijala

51 %
reciklabilnost

Primjeri iz pet područja strategije REset Resources:



ZAJEDNIČKI RAZVIJENA STRATEGIJA KRUŽNOG GOSPODARSTVA STVARA RJEŠENJA U PET PODRUČJA DJELOVANJA:

REDESIGN (REDIZAJNIRANJE): KRUŽNI POSLOVNI MODELI

Cilj je povećan za dodatnih 5 % zbog upotrebe reciklirane plastike.

Kaufland si je postavio cilj uskladiti sve poslovne modele u lancu vrijednosti s funkcionalnim kružnim gospodarstvom. Proizvode i ambalažu dizajniramo prema aspektima kružnog procesa kao što su dugovječnost i reciklabilnost. O njihovoj upotrebi u budućim životnim ciklusima razmišljamo od samog početka. To također uključuje naš cilj da do 2030. godine sva ambalaža vlastite robne marke postane što je više moguće reciklabilna.

REDUCE (SMANJENJE): OČUVANJE RESURSA

Koristit ćemo što je manje moguće resursa i koristimo ih učinkovito. Na primjer, do 2030. godine, koristit ćemo 15 % manje primarnih sirovina (djevičanskih materijala) za našu ambalažu vlastite robne marke u apsolutnom iznosu u usporedbi s baznom godinom 2023. Umjesto toga, sve više koristimo ekološki prihvatljivije materijale kao što su vlakna prorasle silfije. Osim toga, poduzimamo mjere za smanjenje otpada od hrane. Poduzeća Grupe Schwarz zajednički slijede cilj smanjenja otpada od hrane i odgovornog ophođenja resursa.

REUSE (PONOVA UPOTREBA): POVEĆANJE PONOVA UPOTREBE

Ponovna upotreba važan je dio izbjegavanja otpada, pri čemu se proizvodi ili komponente koji ne predstavljaju otpad ponovno koriste u istu izvornu svrhu. To uključuje prijelaz s materijala za jednokratnu upotrebu na rješenja za višestruku upotrebu za palete, ili modele za višekratnu upotrebu ili obnovljene modele za tekstil i elektroničke uređaje. Istodobno, pod ponovnom upotrebom podrazumijevamo i sustavno povećanje ambalaže za višestruku upotrebu.

RECOLLECT (PRIKUPLJANJE): PRISTUP SIROVINAMA

Jedan smo od najvećih proizvođača ambalaže i proizvoda, zbog čega imamo posebnu odgovornost. Strateški pristup koji stoji iza vizije Puta prema nultoj stopi otpada usmjeren je na očuvanje resursa, smanjenje otpada i ponovno uvođenje reciklabilnih materijala natrag u kružni proces. U ovom području djelovanja u zemljama u kojima postoji, vrlo usko surađujemo s tvrtkom za recikliranje Grupe Schwarz, PreZero.

RECYCLE (RECIKLIRANJE): SOFISTICIRANI PROCESI OPORABE I KORIŠTENJE RECIKLIRANIH MATERIJALA

Razvijamo postupke oporabe kako bismo sekundarne sirovine koristili za što kvalitetnije namjene. Cilj nam je izbjeći smanjenje kvalitete recikliranog materijala i zatvoriti krugove recikliranja. Do 2030. godine, cilj nam je da se 65 % ambalaže za naše proizvode vlastite robne marke sastoji od recikliranih materijala. Osim toga, idemo korak dalje od našeg primarnog cilja za plastičnu ambalažu za 2025. godinu te nam je cilj koristiti 30 % reciklirane plastike u našoj primarnoj ambalaži vlastite robne marke do 2030. To je dodatno povećanje od 5 % u usporedbi s našim prethodnim ciljem.

Raznovrsna rješenja za unapređenje kružnog gospodarstva

Reciklabilnost je temelj funkcionalnog kružnog gospodarstva. Započinje s osmišljavanjem i dizajnom proizvoda i ambalaže, zbog čega o kraju životnog vijeka proizvoda razmišljamo od prvog dana te razvijamo rješenja usmjerena na osiguravanje dugovječnosti, mogućnosti popravka i reciklabilnosti.

Kontinuirano proširujemo svoj asortiman proizvoda s manje plastike, većim udjelom recikliranih materijala i ambalažom koja je optimizirana s aspekta mogućnosti recikliranja. Osim toga poboljšavamo i transportna pomagala za naše kupce.

Naše višekratne torbe za nošenje i rashladne torbe već su izrađene od 80 posto recikliranih materijala, pri čemu dio tih materijala potječe od reciklirane plastične folije Kauflanda. Naše vreće za smeće za internu upotrebu također se djelomično sastoje od reciklirane plastične folije.

Definicija

Recikliranje proizvoda u užem smislu podrazumijeva to da se ekvivalentan proizvod može proizvesti nakon brojnih faza obrade. PET boce za vodu vlastite marke Kaufland K-Classic, koje proizvodi Schwarz Produktion ogledni su primjer.

SLJEDEĆA TRANSPORTNA POMAGALA I TRANSPORTNA AMBALAŽA ZA KUPCE VEĆ SU PRILAGOĐENI:

ODGOVORNE VREĆICE ZA VOĆE I POVRĆE ZA VIŠEKRATNU UPOTREBU

Odgovorne vrećice za višekratnu upotrebu koje se koriste za transport voća i povrća u rinfuzi omogućuju Kauflandu u Hrvatskaj postizanje dvaju ciljeva u jednakoj mjeri: izdržljive mreže za višekratnu upotrebu pri svakoj ponovnoj upotrebi smanjuju potrošnju vrlo laganih vrećica. Više od 500.000 jedinica prodano je u 2024. godini u svim nacionalnim poduzećima, a u Kauflandu Hrvatska prodano je preko 22.000 komada.

VREĆICE ZA KRUH ZA VIŠEKRATNU UPOTREBU

Naše vrećice za kruh za višekratnu upotrebu pomažu smanjiti upotrebu jednokratnih papirnatih vrećica i time štede djevičanske materijale. Vrećice su uvedene u Hrvatskoj, Bugarskoj, Poljskoj, Slovačkoj, Njemačkoj i Češkoj Republici 2022. godine.



Optimizirani proizvodi iz našeg asortimana primjer su napretka koji smo postigli u smislu kružnog gospodarstva. Ambalaža za sljedeće proizvode već sadrži visok udio recikliranog materijala i dokaz je naše predanosti održivijem dizajnu ambalaže.

U Kauflandu Hrvatska, u partnerstvu s tvrtkom PreZero, nudimo našim kupcima posebne ponude naših proizvoda za kućanstvo vlastite robne marke, koji su uglavnom¹ izrađeni od reciklirane plastike. Posude za biljke i kutije s PreZero materijalom već su uvršteni u naš stalni asortiman.

Izbor optimiziranih proizvoda iz našeg asortimana

100 %

KLC ECO ASORTIMAN

Sredstvo za čišćenje kupaonice: Boca u potpunosti izrađena od reciklirane plastike

99 %

ABRAZIVNO SREDSTVO I SREDSTVO ZA WC ŠKOLJKU

K-Classic vlastita robna marka: Boca izrađena od 99 % recikliranog materijala (prije 50 %)

97 %

BEVOLA MUŠKI GEL ZA TUŠIRANJE

Boca izrađena od 97 posto recikliranog HDPE-a iz PreZeroa

80 %

COUNTRY SIDE ZEMLJA ZA LONČANICE

Upotreba recikliranog LDPE-a (80 %) iz PreZeroa

50 %

BEVOLA ŠAMPON ZA MUŠKARCE

Boca izrađena od 50 % recikliranog HDPE-a

30 %

K-CLASSIC SREDSTVO ZA ČIŠĆENJE S KLOROM

Upotreba recikliranog HDPE-a (30 %) u boci

UMACI

Vrećice se sastoje od reciklabilnih monoplastika razvijenih i testiranih u partnerstvu s PreZeroom kako bi se izbjegao gubitak reciklabilnih materijala kroz kompozitne materijale koje je teško odvojiti.

K-CLASSIC OMEKŠIVAČ ZA RUBLJE

Pakiranje u potpunosti izrađeno od recikliranog PET-a

K-CLASSIC ABRAZIVNO SREDSTVO

Tijelo boce izrađeno od 99 % recikliranog HDPE-a iz PreZeroa

BEVOLA ŠAMPON I REGENERATOR

Boca izrađena od 97 posto recikliranog HDPE-a iz PreZeroa

BEVOLA KREMA ZA STOPALA

Bočica djelomično izrađena od recikliranog HDPE-a

Također smo već poduzeli širok raspon akcija u vezi s našim poslovnim procesima i opremom u trgovinama. U logistici, na primjer, koristimo sklopive palete (KKP) koje je razvila tvrtka PreZero, prilagođene za transport i distribuciju proizvoda između logističkih centara i trgovina Kauflanda. Stabilne bočne stijenke omogućuju smanjenje korištenja plastične folije od najmanje 20 %. Štoviše, opcije za optimizaciju i poboljšanje sklopivih paleta neprestano se analiziraju. Sklopive palete su u upotrebi u Kauflandu Hrvatska od 2022.

U Kauflandu smo također redizajnirali košare s kotačićima i ručne košare za kupnju: Od 2024. godine, postotak recikliranih materijala iznosi 75 % za ručne košare, 80 % za košare s kotačićima i 87 % za XXL košare s kotačićima. Košare za kupnju koje su već u opticaju postupno se zamjenjuju kako bi se košare koje su još uvijek u dobrom stanju koristile što je duže moguće. Time se minimizira potrošnja resursa.

Osim novih košara za kupnju, za zaštitu zidova Kaufland trgovina od jakih udaraca kolica za kupnju koriste se zaštitne ograde izrađene od 100 % recikliranog materijala.

Osim naše opreme u trgovinama i logistici, također pridajemo veliku važnost reciklabilnosti i kada je riječ o odjeći naših zaposlenika. Korištena odjeća zaposlenika prikuplja se, reciklira i prerađuje u nove proizvode.

Pogoni za preradu mesa također potiču prijelaz na kružno gospodarstvo i već poduzimaju bezbroj akcija u sklopu zajednički razvijene strategije za plastiku – od smanjenja upotrebe plastike u ambalaži za meso do upotrebe sklopivih kutija u potpunosti izrađenih od recikliranih materijala kao nosača tereta. Između 2020. i 2024. godine, pogoni za preradu mesa smanjili su količinu materijala koji se koristi za podloške, što je dovelo do smanjenja plastike od 500 tona.

Definicija

Kako bi se kupcima osigurala mogućnost donošenja informiranih odluka o održivijoj ambalaži, Kaufland je tijekom izvještajnog razdoblja koristio odgovarajuću oznaku „Savjesno

pakirano”. Kvalificiranje za ovo označavanje zahtijeva ispunjavanje barem jednog od sljedećih kriterija:

Raznolikost od najmanje

80 %²

Udio recikliranog materijala kod plastike od

30 %

Smanjenje ambalažnog materijala od najmanje

20 %³

Upotreba alternativnih materijala⁴

Savjesno
pakirano

¹ Plastični sadržaj (oko 95 %) proizvoda izrađen je od 100 % reciklirane plastike, uz dodatnu upotrebu aditiva i bojila (oko 5 %).

² Mogućnost recikliranja temelji se na službenim kriterijima Njemačkog središnjeg registra ambalaže (Zentrale Stelle Verpackungsregister): www.verpackungsregister.org

³ U usporedbi s vlastitom prethodnom ambalažom ili ambalažom relevantne konkurencije.

⁴ Na primjer, papir od prorasle silfije, kemijsko recikliranje.

POTROŠENI MATERIJALI PO TEŽINI I VOLUMENU (U TONAMA)^{1,2}

	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Promotivni materijal ukupno	136.028	147.905 ↗	2.621	2.253
Svježa vlakna	35.646	7.218	0	0
Reciklirani materijali	100.382	140.687	2.621	2.253
Papir za ispis ukupno	673	1.007 ↗	21	19
Svježa vlakna	121	147	9	10
Reciklirani materijali	552	860	12	9



Kako bismo smanjili upotrebu svježih vlakana, prešli smo na korištenje recikliranog materijala za veliku većinu naših promotivnih materijala. Istodobno, upotreba papira za tiskanje porasla je za 49,6 %, a promotivnih materijala za 8,7 % na međunarodnoj razini u izvještajnoj godini, djelomično zbog ranijih uskih grla u opskrbi recikliranim papirom, što je rezultiralo stvaranjem zaliha i potrebom za ponovnim naručivanjem u poslovnoj godini 2024. Prilagodbe formata i materijala korištenih za promotivne materijale kao što su letci za kupce u nekoliko nacionalnih poduzeća također su rezultirale promjenama u obrascima potrošnje.

Postupno ukidanje ispisa računa još je jedan način uštede papira. Najnovija verzija Kaufland Carda nudi korisnicima opciju isključivo digitalnog računa prilikom plaćanja. Svi digitalni računi spremaju se u aplikaciji Kauflanda pod „digitalni računi“.

¹ Korištena je kalendarska godina.

² Kod potrošnog materijala izrađenog od papira razlikujemo papir od svježih vlakana i reciklirani papir. Ako je potrošni materijal izrađen i od svježih vlakana i od recikliranog papira, vrsta papira određuje se prema većem udjelu.

Vraćanje umjesto bacanja: naša strategija depozita

Sustavi depozita ključni su element u razvoju funkcionalnog kružnog gospodarstva. Oni pomažu u sortiranju i prikupljanju reciklabilnih materijala koji se zatim mogu dalje obrađivati u visokokvalitetnim procesima recikliranja. Zato se, kao dio strategije depozita na razini svih poduzeća Grupe Schwarz, Kaufland zalaže za uvođenje sustava prikupljanja i depozita za jednokratne PET boce za piće i limenke za piće u cijeloj Europi koji su prihvatljivi za trgovce. U Hrvatskoj od 2006. skupljamo jednokratne boce od PET-a, stakla i limenke u sustavu povratne naknade Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost.

Kao rezultat toga, Kaufland Hrvatska posluje u skladu s dvije važne uredbe EU-a. Prva od njih zahtijeva da se 70 % boca za piće prikupi odvojeno u svrhu recikliranja do 2025. godine, s postotkom koji raste na 90 % do 2029. godine. Druga je da se boce za piće sastoje od 25 % reciklirane plastike do 2025. godine i najmanje 30 % do 2029. godine. Prema našem mišljenju, oba ova zahtjeva najbolje se mogu ispuniti modernim sustavom depozita koji omogućuje prikupljanje i sortiranje plastičnih boca po vrsti, što zauzvrat olakšava njihovo recikliranje u nove boce. To je ono što funkcionalno kružno gospodarstvo podrazumijeva.

Direktiva o plastici za jednokratnu upotrebu (SUPD), koja je stupila na snagu 2019. godine, određuje kvote za odvojeno prikupljanje na izvoru, što ukazuje na to da će se sustavi depozita vjerojatno uvesti diljem Europe.

Pravilno odvajanje je važno

Ispravno odvajanje otpada preduvjet je za uspješno recikliranje jer čak i danas postrojenja za sortiranje ne sortiraju tako učinkovito i ispravno kao što to ljudi mogu kod kuće. Potrošači stoga ovdje igraju ključnu ulogu: što se učinkovitije otpad odvoji, lakše se može pretvoriti u nove, visokokvalitetne reciklirane materijale.

Uspjeh procesa recikliranja u konačnici ovisi o pravilnom odvajanju reciklabilnih materijala. Samo ako se plastični otpad pravilno prikupi i sortira, iz njega se mogu dobiti visokokvalitetni reciklati.

Informacije o sortiranju i odlaganju na našim proizvodima vlastite robne marke, razvijene zajednički s drugim tvrtkama Grupe Schwarz, pomažu našim kupcima u pravilnom odlaganju proizvoda. Ambalaža sastavljena od nekoliko komponenti uzrokuje posebne poteškoće pri odvajanju otpada. Poznat primjer su čašice jogurta, koje se sastoje od poklopca za zatvaranje, plastične posude i papirnate navlake. Svi se materijali mogu vrlo lako reciklirati ako su odvojeni jedni od drugih, ali ako nisu odvojeni, barem jedan reciklabilni materijal bit će izgubljen.

Informacije o sortiranju i odlaganju na ambalaži proizvoda pomažu u poboljšanju recikliranja.

Uključivanje upravljanja otpadom i recikliranjem u procese

Sljedeći materijali mogu se predati na našim mjestima za prikupljanje otpada za recikliranje

- Papir i karton
- Folije
- Žarulje
- Mali električni uređaji
- Baterije

Unatoč pažljivom rukovanju materijalima, otpad se ne može u potpunosti izbjeći. Poslovne aktivnosti Kauflanda stvaraju otpad na brojnim mjestima: u trgovinama, u skladištima ili u pogonima za preradu mesa. Naš je pristup stoga odvajanje tog otpada i njegovo pravilno odlaganje – sve to osiguravajući najvišu moguću kvalitetu recikliranja u skladu s našom filozofijom kružnog gospodarstva. Općenito, naš otpad se ponovno koristi ako je moguće. Ako to nije izvedivo, reciklira se, a ostatci se usmjeravaju u druge metode uporabe. U tom pogledu surađujemo i s PreZerom, tvrtkom koja se bavi okolišnim pitanjima unutar Grupe Schwarz. PreZero se brine o našim internim procesima upravljanja otpadom i recikliranjem, a naša bliska suradnja očituje se na različitim razinama.

PreZero nudi niz savjetodavnih usluga za naše zaposlenike i voditelje, uključujući radionice, tečajeve obuke, upute za sortiranje i informativne materijale o najnovijim temama kao što su koncepti odvajanja, prihodi i troškovi te promjene u zakonodavstvu. Osim toga, PreZero redovito evaluira relevantne pokazatelje i raspravlja o njima s odgovornim odjelima.

Provode se dopunske mjere za smanjenje volumena otpada. Primjeri uključuju naš sustav depozita za boce za jednokratnu upotrebu te preuzimanje malih električnih i električnih uređaja.

Naš put prema nultoj stopi otpada

Kao dio našeg Puta prema nultoj stopi otpada, nastojimo smanjiti preostali otpad u našim trgovinama i logističkim lokacijama na minimum. To se postiže izbjegavanjem i smanjenjem preostalog otpada, istodobno osiguravajući da se reciklabilni materijali pravilno sortiraju i šalju na visokokvalitetno recikliranje.

Kaufland Slovačka i Kaufland Rumunjska uspješno su 2022. godine dobili certifikat za svoje sveobuhvatne operativne sustave upravljanja otpadom i reciklabilnim materijalima (DIN Spec 91436) u svojim trgovinama i logističkim lokaci-

jama. U Kauflandu Rumunjska, udio preostalog otpada (tj. omjer preostalog otpada i ukupnog otpada) uspio se smanjiti s 28 % u 2020. na 12 %. Kaufland Slovačka također je postigao sličan napredak u tom pogledu, smanjivši svoj udio preostalog otpada s 18 % na 11 %. Obje nacionalne tvrtke trebaju biti ponovno certificirane 2025. godine, a očekujemo i daljnje značajno smanjenje udjela preostalog otpada u budućnosti.

Certifikacija je planirana i u drugim zemljama do 2030. godine, s time da je certifikiranje Kauflanda u Hrvatskoj planirano 2027. godine.

SVAKODNEVNO:

Uključujemo sve razine naših poslovnih procesa u našu analizu unutar opsega našeg sustava upravljanja otpadom i recikliranjem te poduzimamo širok raspon akcija, od implementacije rješenja za ambalažu do podizanja svijesti.

RJEŠENJA ZA VIŠEKRAATNU UPOTREBU

Koristimo spremnike za višekratnu upotrebu za voće i povrće, kao i kutije za višekratnu upotrebu za transport proizvoda iz pogona za preradu mesa u trgovine. Odluka o korištenju kutija za višekratnu upotrebu ili kartonskih podložaka, koji su uglavnom izrađeni od recikliranih materijala, ovisi o dotičnom proizvodu. U logistici, Kaufland nudi resursno učinkovito, dugotrajno rješenje za višekratnu upotrebu u obliku sklopive palete.

SVIJEST ZAPOSLENIKA

Kao dio projekta „Vrijednost oporabljivih materijala“, zaposlenici se upoznavaju s vrijednošću resursa i podiže im se svijest o temama kao što su oskudica resursa, smanjenje otpada i recikliranje. Od 2017. godine, u logističko-distribucijskim centrima slijede se specifični zahtjevi kako bi se osiguralo najbolje moguće odvajanje otpada. U 2019. godini, projekt „Recikliranje čini razliku – vrijednost oporabljivih materijala“ je proširen, a zaposlenici se obučavaju o tome kako odgovorno rukovati resursima.



UČINITI RECIKLIRANJE VIDLJIVIM

U Kauflandu temu recikliranja činimo sveprisutnom na radnom mjestu, uključujući stvaranje prikaza tipičnih kružnih procesa i korištenje drugih informativnih materijala o recikliranju. Standardizirana signalizacija i ikone pomažu zaposlenicima da brzo i jednostavno odvoje otpad, omogućujući nam da osiguramo prikupljanje pravilno razdvojenih reciklabilnih materijala.

Uz pomoć poduzetih akcija za poboljšanje sortiranja otpada, Kaufland je već uspio povećati udio reciklabilnih materijala, smanjiti volumen preostalog otpada i stoga eliminirati značajnu količinu CO2 na međunarodnoj razini.

Osim naših internih procesa, fokusiramo se i na područja nizvodnog toka na koja bismo željeli pozitivno utjecati, pri čemu su naši kupci i dalje u središtu naše pozornosti.

Usmjerenost na kupce:

- Asortiman recikliranih proizvoda
- Informacije o odvojanju otpada na ambalaži proizvoda vlastite robne marke
- Mjestaza prikupljanje reciklabilnog materijala u našim trgovinama

Manje bacati, više reciklirati

Količina otpada koju proizvode različita poduzeća u Grupi Kaufland razlikuje se zbog različitih poslovnih aktivnosti. U trgovinama i skladištima, ambalaža i pomoćna sredstva za transport napravljena od plastike, papira i kartona čine većinu otpada, zajedno s ostalim i organskim otpadom. Suprotno tome, na administrativnim

lokacijama otpad se pretežno sastoji od komunalnog otpada iz društvenih prostorija i papirnatog otpada iz ureda. S druge strane, životinjski proizvodi koji nisu prikladni za ljudsku konzumaciju i otpad za uporabu dvije su najčešće vrste otpada u pogonima Kauflanda za preradu mesa.

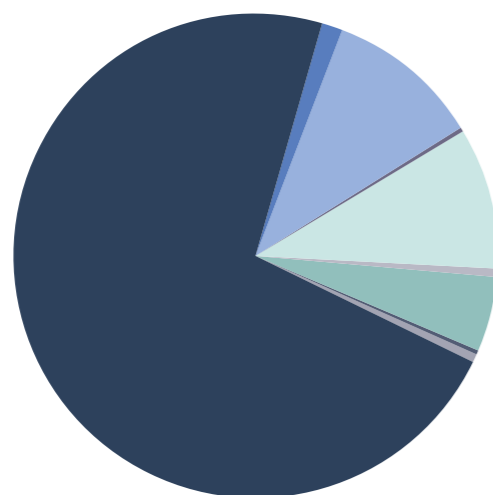
Udio metoda odlaganja

U izvještajnoj godini, na međunarodnoj razini reciklirano je ukupno 72,2 posto svih neopasnih reciklabilnih materijala.

Fermentacija i termička obrada s oporabom energije činili su drugi najveći udio, pri čemu je svaka metoda činila otprilike 10 posto.

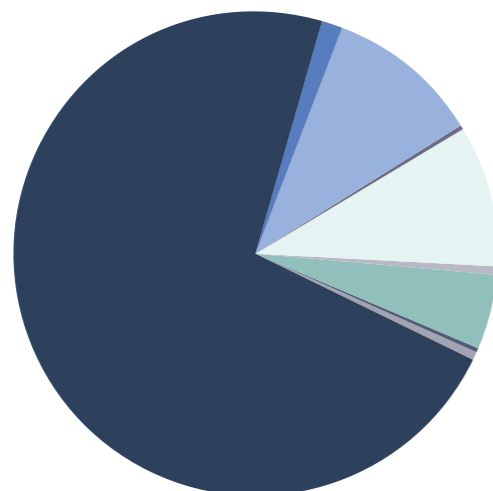
OTPAD PREMA METODI OPORABE (U TONAMA)^{1,2}

Kaufland International 2024.



- ➔ **412.768** Recikliranje
- ➔ **8.316** Ponovna upotreba
- ➔ **58.778** Fermentacija
- ➔ **865** Kompostiranje
- ➔ **54.256** Termička uporaba s povratom energije
- ➔ **2.810** Spaljivanje
- ➔ **28.529** Odlaganje
- ➔ **1.557** Hrana za životinje
- ➔ **3.739** Ostalo²

Kaufland Hrvatska 2024.



- ➔ **14.647** Recikliranje
- ➔ **373** Ponovna upotreba
- ➔ **4.218** Fermentacija
- ➔ **0** Kompostiranje
- ➔ **4** Termička uporaba s povratom energije
- ➔ **41** Spaljivanje
- ➔ **1.621** Odlaganje
- ➔ **0** Hrana za životinje
- ➔ **0** Ostalo²

SIROVINE I OTPAD PREMA METODI OPORABE (U TONAMA)^{1,2}

	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Ukupna težina otpada	518.745	571.617 ↑	20.096	20.903
Neopasni otpad	516.687	570.079 ↑	19.959	20.813
Papir, višekomp. papir i karton	270.212	272.290 ↑	6.840	6.984
Recikliranje	270.183	272.253	6.840	6.984
Ponovna upotreba	25	21	0	0
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	4	16	0	0
Spaljivanje	0	0	0	0
Odlaganje	-	-	-	-
Ostalo ²	1	1	0	0
Organski otpad	66.422	66.867 ↑	4.135	4.699
Recikliranje	2.422	2.805	44	108
Ponovna upotreba	742	1.750	0	373
Fermentacija	61.841	58.778	4.091	4.218
Kompostiranje	858	865	0	0
Termička uporaba	151	208	0	0
Spaljivanje	358	888	0	0
Odlaganje	5	6	0	0
Hrana za životinje	n/a	1.557	0	0
Ostalo ²	44	11	0	0
Plastika	68.965	82.869 ↑	2.771	2.821
Recikliranje	68.596	82.474	2.771	2.821
Ponovna upotreba	-	-	-	-
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	324	343	0	0
Spaljivanje	18	25	0	0
Odlaganje	7	10	0	0
Ostalo ²	19	18	0	0

¹ Brojke su zaokružene radi lakšeg prikaza.

² Kategorija „Ostalo“ je zbirna stavka koja sadrži i količine koje se ne mogu jasno dodijeliti gore navedenim kategorijama.

REKLABILNI MATERIJALI I OTPAD PREMA VRSTI I METODI OPORABE (U TONAMA)¹²

	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Drvo	9.666	11.490 ↑	115	101 ↓
Recikliranje	4.602	5.460	115	98
Ponovna upotreba	5.022	5.907	0	0
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	0	0	0	0
Termička uporaba	2	74	0	3
Spaljivanje	0	32	0	0
Odlaganje	0	6	0	0
Ostalo ²	39	12	0	0
Tekstil	455	494 ↑	5	4 ↓
Recikliranje	178	244	5	4
Ponovna upotreba	271	234	0	0
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	3	12	0	0
Spaljivanje	4	3	0	0
Odlaganje	0	0	0	0
Ostalo ²	0	0	0	0
Preostali otpad	84.961	87.762 ↑	1.581	1.621 ↑
Recikliranje	0	3.241	0	0
Ponovna upotreba	-	-	-	-
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	51.312	53.591	0	0
Spaljivanje	1.227	1.811	0	0
Odlaganje	26.638	28.490	1.581	1.621
Ostalo ²	5.783	629	0	0

	Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	2023.	2024.	2023.	2024.
Staklo	6.478	36.430 ↑	3.598	3.624 ↑
Recikliranje	6.462	36.400	3.598	3.624
Ponovna upotreba	-	-	-	-
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	-	-	-	-
Spaljivanje	-	-	-	-
Odlaganje	1	3	0	0
Ostalo ²	15	27	0	0
Metalni otpad	4.794	7.574 ↑	633	686 ↑
Recikliranje	4.786	7.572	633	686
Ponovna upotreba	-	-	-	-
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	-	-	-	-
Spaljivanje	-	-	-	-
Odlaganje	0	0	0	0
Ostalo ²	8	2	0	0
Ostali neopasni otpad	4.736	4.304 ↓	311	274 ↓
Recikliranje	1.268	1.179	311	274
Ponovna upotreba	0	275	0	0
Fermentacija	-	-	-	-
Kompostiranje	-	-	-	-
Termička uporaba	10	8	0	0
Spaljivanje	2	1	0	0
Odlaganje	23	14	0	0
Ostalo ²	3.434	2.827	0	0
Opasni otpad³	2.058	1.537 ↓	107	90 ↓

¹ Brojke su zaokružene radi lakšeg prikaza.

² Kategorija „Ostalo“ je zbirna stavka koja sadrži i količine koje se ne mogu jasno dodijeliti gore navedenim kategorijama.

³ To uključuje stare boje/lakove, kućne/industrijske baterije, štedne žarulje, električni otpad, fluorescentne cijevi, (neonske) tonere, sredstva za čišćenje, kiseline i lužine, otapala, boce s raspršivačem.

SMANJENJE OTPADA OD HRANE

Kaufland se zalaže za izbjegavanje i smanjenje otpada od hrane u maloprodaji i među potrošačima. U vlastitom poslovanju nastojimo osigurati da se hrana koja više nije prikladna za ljudsku konzumaciju iskoristi na najbolji mogući

način. Istodobno, u našoj ulozi posrednika između proizvođača i potrošača, želimo pomoći objema stranama u smanjivanju količine proizvedenog otpada od hrane.

Četiri koraka za borbu protiv otpada od hrane

Naš zajednički cilj:

50 %
manje otpada od hrane do

2030.



Slijedeći zajednički usvojeni cilj poduzeća Grupe Schwarz, cilj nam je prepoloviti količinu otpada od hrane do 2030. godine u usporedbi s razinama iz 2018. godine¹. Ovaj cilj temelji se između ostalog na Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih naroda (SDG 12.3 – smanjenje otpada od hrane). Naši napori u borbi protiv uzroka gubitaka hrane temelje se na četiri ključna područja djelovanja: sprječavanje, izbjegavanje, iskorištavanje i edukacija.

SPRIJEČAVANJE

Bacanje hrane u našim lancima opskrbe sprječavamo bliskom suradnjom s našim dobavljačima. Jedan primjer toga je naš alat za predviđanje koji nam omogućuje naručivanje proizvoda u skladu s potražnjom i distribuciju viška zaliha.

IZBJEGAVANJE

Izbjegavamo bacanje hrane u vlastitom poslovanju provođenjem procesa i suradnji. Na primjer, smanjujemo cijene robe s kratkim rokovima trajanja, prodajemo voće i povrće s nedostacima te nudimo proizvode bez ambalaže, omogućujući kupcima kupnju samo onoga što im je potrebno. Procesi u pogonima za preradu mesa također su optimizirani kako bi se smanjila količina otpadaka

od kobasica. Pogoni za preradu mesa općenito teže optimizaciji stvaranja vrijednosti kroz učinkovitu proizvodnju i robne procese. Konkretno, to znači sprječavanje otpada koji se može izbjeći i uvijek osiguravanje najbolje moguće iskoristivosti životinja.

PONOVNO KORIŠTENJE

Ponovno koristimo otpad koji se ne može izbjeći kroz razumne oblike uporabe ili kroz recikliranje. Na primjer, doniramo registriranim posrednicima u lancu doniranja hrane.

EDUCIRANJE

Željeli bismo podići svijest o tim izazovima među našim kupcima te im pružiti znanje i smjernice, primjerice pružajući informacije u našim letcima, na našoj mrežnoj stranici, na društvenim mrežama, putem informativnih kampanja te kroz obuku o svježini i kvaliteti zaposlenika u trgovinama i našeg logističkog tima. I u 2024. godini proveli smo kampanju Reci neću hrani u smeću kojom osvještavamo i kupce i zaposlenike o potrebi smanjenja otpada od hrane.

Kako definiramo otpad od hrane

Našu definiciju otpada od hrane temeljimo na definiciji koju koristi Europska unija, a koja opisuje količinu hrane koja se gubi ili odbacuje duž lanca vrijednosti i stoga više nije dostupna za ljudsku konzumaciju. Otpad od hrane je, dakle, zbroj gubitaka i otpada od hrane. Gubici hrane osobito se javljaju u ranim fazama lanca opskrbe, kao što su proizvodnja ili prerada. Nasuprot tome, otpad od hrane tipično nastaje u maloprodaji, ugostiteljstvu i u privatnim kućanstvima.

Pogoni Kauflanda za preradu mesa

Pogoni Kauflanda za preradu mesa također igraju ulogu u postizanju ciljeva izbjegavanjem otpada od hrane što je više moguće i iskorištavanjem što većeg dijela životinje. Neki od životinjskih proizvoda koji više nisu prikladni za ljudsku konzumaciju, a koji nastaju u pogonima za preradu mesa zbog nužnih procesa ili regulatornih zahtjeva kvalitete, koriste se za proizvodnju hrane za kućne ljubimce.

U vlastitom poslovanju nastojimo osigurati da se hrana koja više nije prikladna ili namijenjena za ljudsku konzumaciju iskoristi na najbolji mogući način. Istodobno, u našoj ulozi poveznice između proizvođača i potrošača, želimo pomoći objema stranama u smanjivanju otpada od hrane putem informiranja i suradnje.

Inicijative za sprječavanje otpada od hrane

Svojim inicijativama za spašavanje hrane, Kaufland Hrvatska nudi proizvode besprijekorne kvalitete u svim relevantnim skupinama proizvoda – uključujući pekarske proizvode, voće i povrće, mliječne proizvode i suhomesnate proizvode iz samoposlužnog odjela – po značajno sniženim cijenama ako su blizu isteka roka trajanja ili roka upotrebe ili ako postoji manje onečišćenje ili oštećenje pakiranja. To se također odnosi na asortiman suhe hrane i smrznute robe. Ovi proizvodi se mogu pronaći u posebno označenim područjima naših trgovina, s obavijesti istaknutom na polici.



¹ U slučaju pogona za preradu mesa, to se odnosi na prodaju ukupnog prinosa.



06 JAČANJE DRUŠTVA

Od naših trgovina, preko proizvodnje, pa sve do izvora sirovina, ljudi su u središtu svega što radimo. Preuzimamo odgovornost za njih, osiguravajući pravedne uvjete rada te sigurna i zdrava radna mjesta. Nadilazeći naše temeljno poslovanje, predani smo i društvenim i ekološkim projektima u regijama u kojima poslujemo. Sebe vidimo kao dio društva – i dajemo svoj doprinos.

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI

Kao dio društva, postavljamo visoke standarde, kako za zaposlenike, tako i za ljude u lancima opskrbe. Nadilazimo naše temeljno poslovanje i predani smo dobrobiti ljudi i prirode svugdje gdje poslujemo.

Cilj	Rok	Mjerenje KPI-ova	Status	Ostvarenje cilja PG 2024.
Redovito informiramo sve naše zaposlenike o našoj predanosti održivosti i provodimo mjere osnaživanja specifične za ciljane skupine.	2030.	1. Razvoj rezultata ankete o održivosti koja se provodi među zaposlenicima	↗	⚙️
Osnažit ćemo rukovodeći kadar da dosljedno provodi održivost u svom području odgovornosti.	2030.	2. Polugodišnje, standardizirano praćenje mjera, uključujući razinu provedbe	↗	⚙️

✓ Ostvareno ↗ Povećanje u odnosu na prošlu godinu ↘ Smanjenje u odnosu na prošlu godinu
 = Bez promjene ⚙️ U tijeku

PRISTUP UPRAVLJANJU

Naša zajednički razvijena korporativna filozofija stavlja ljude u središte. Ovaj aspekt našeg identiteta definirali smo kao strateško fokusno područje. Što to znači u kontekstu predstavljanja naše zajednički razvijene strategije korporativne društvene odgovornosti, navodimo u poglavlju [Upravljanje](#).

Nedostatak vještina, demografske promjene i globalni lanci opskrbe: ključni izazovi

Zaposlenici su ključni čimbenik za dugoročni uspjeh Kauflanda. S obzirom na nedostatak kvalificiranih radnika i demografske promjene, kadrovska politika usmjerena na budućnost ključna je za privlačenje talentiranih ljudi te njihovo dugoročno zadržavanje. Snažna korporativna kultura također dobiva na značaju kao sredstvo jačanja motivacije zaposlenika.

Rad u trgovinama, logističkim centrima i pogonima za preradu mesa može biti fizički i mentalno zahtjevan. Opasnosti od ozljeda javljaju se, primjerice, pri rukovanju radnom opremom kao što su viličari te tehničkim postrojenjima poput preša za otpad i sustava za sortiranje. Fizički napor kao što je podizanje teških predmeta također može predstavljati rizike. Mentalni stres također igra ulogu u maloprodajnom sektoru, na primjer stresna situacija zbog nedostatka osoblja.



Suočavamo se s mnogim izazovima koji izlaze iz okvira vlastite radne snage. Na primjer, napori za zaštitu ljudi i okoliša često su otežani složenim globalnim lancima opskrbe putem kojih mi, kao maloprodajni trgovac prehrambenim proizvodima sa širokim asortimanom, nabavljamo svoje proizvode. To se ne odnosi samo na naše lance opskrbe povezane s proizvodima, već i na naše poslovne partnere i pružatelje usluga koji surađuju s nama u našem raznolikom rasponu poslovnih aktivnosti kao što su nabava usluga, nekretnine i izgradnja.

Naš strateški pristup: Jačanje društva

U Kauflandu međusobno komuniciramo na temelju vrijednosti učinka, poštovanja, povjerenja, prizemljenosti i pripadnosti. Te vrijednosti vode naše djelovanje i temelj su na kojem svakodnevno zajedno stvaramo kulturu koja stavlja ljude u središte, promiče inovacije i donosi održiv uspjeh. To zahtijeva voditelje koji vode primjerom, koji ne samo da podržavaju i potiču naše zaposlenike u njihovom razvoju, već ih i prate i osnažuju najbolje što mogu. Naše zajednički razvijene vrijednosti, filozofija i načela vodstva temelj su tog procesa. Fokusno područje „Jačanje društva“ obuhvaća četiri aspekta:

ATRAKTIVAN POSLODAVAC:

U Kauflandu svojim zaposlenicima nudimo moderno i ergonomsko radno okruženje. Kako bismo odgovorili na individualne potrebe naših zaposlenika, radimo zajedno na daljnjem razvoju ključnih elemenata kao što su modeli radnog vremena, radno okruženje i upravljanje zdravljem na radnom mjestu. Osim što nudimo najbolje moguće radne uvjete, naši sustavi nagrađivanja osiguravaju pravednu plaću u svim organizacijskim jedinicama. Također nudimo našim zaposlenicima benefite i pogodnosti prilagođene njihovoj fazi života. Svoje odluke donosimo na temelju podataka i promičemo unutarnju transparentnost koristeći definirani skup ključnih pokazatelja uspješnosti. Dostupni podatci i vanjska relevantna mjerila pomažu nam identificirati gdje je potrebno djelovati kako bismo osigurali postizanje organizacijskih ciljeva. Sveobuhvatan pristup raznolikosti i jednakim mogućnostima također pomaže u jačanju lojalnosti zaposlenika i podržava uspješnost timova. Aspekt raznolikosti također je čvrsto ugrađen u zajednički razvijena načela i vrijednosti. Kaufland Stiftung & Co. KG, Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG i nacionalna poduzeća Kauflanda u Slovačkoj, Poljskoj, Rumunjskoj i Moldaviji potpisale su Povelju o raznolikosti i druge nacionalne inicijative kao dobrovoljnu obvezu prema ovoj temi.



JAČANJE RADNIH I LJUDSKIH PRAVA:

Lanci opskrbe za naše proizvode protežu se kroz mnoge zemlje diljem svijeta. Svjesni smo svoje odgovornosti za radnike u našim lancima opskrbe te za naše poslovne partnere i pružatelje usluga, i tu odgovornost shvaćamo ozbiljno. Stoga smo predani integriranju dužne pažnje u kontekstu okoliša i ljudskih prava u naše lance opskrbe na prikladan način koji nadilazi fokusne sirovine i fokusna područja. To osiguravamo našom strategijom za pravedne lance opskrbe. Predani smo praksama pravednog poslovanja, transparentnosti, dobrim radnim i životnim uvjetima, ljudskim pravima i ekološki prihvatljivom ponašanju u našem lancu vrijednosti.

UNAPRJEĐENJE OBRAZOVANJA I OSPOSOBLJAVANJA:

Naša namjera je iskoristiti jasan, transparentan sustav procjene kako bismo osigurali pravednost u nagrađivanju učinka u cijeloj Grupi Kaufland. Kao dio godišnjeg procesa upravljanja talentima, identificiraju se talentirani pojedinci unutar radne snage, ističu se razvojne mogućnosti i stvaraju transparentni putevi karijere. Središnji element je sastanak sa zaposlenicima na kojem oni dobivaju povratne informacije od svog voditelja i zajedno definiraju plan razvoja. Nudimo opsežan program obuke kako bismo udovoljili individualnim zahtjevima zaposlenika i podržali ih.

DRUŠTVENI ANGAŽMAN:

Ključni element naše korporativne odgovornosti je naša želja da preuzmemo aktivnu ulogu u oblikovanju društvenih izazova i dugoročnom promicanju stabilnih, pravednih uvjeta za gospodarstvo i zajednicu. Sklapamo partnerstva temeljena na povjerenju i surađujemo isključivo s pouzdanim partnerima.

SVOJ PRISTUP DOSLJEDNO PROVEDIMO DEFINIRANJEM JASNIH NADLEŽNOSTI I IMENOVANJEM ODGOVORNIH OSOBA.

Podizanje svijesti o održivosti

Senzibiliziramo, obučavamo i uključujemo naše zaposlenike u teme održivosti te o njima redovito komuniciramo putem internih kanala kao što su intranet ili aplikacija za zaposlenike. Program obuke o održivosti, koji je razvio Kaufland Stiftung & Co. KG 2023. i međunarodno ga uveo do 2024., obavezan je za sve zaposlenike poduzeća Grupe Kaufland. Obuka se uglavnom provodi kao e-učenje i uključuje informacije o predanosti poduzeća održivosti, kao i prijedloge za održivo djelovanje. Obuka se redovito ažurira i bit će dopunjena dodatnim formatima za ciljano poboljšanje vještina. Nadalje, Kaufland Hrvatska proveo je internu komunikacijsku kampanju u fazama tijekom 2023. i 2024. kako bi podigao praktičnu svijest svih zaposlenika o temama korporativne društvene odgovornosti. U tom kontekstu, zaposlenici Kauflanda djeluju kao ambasadori održivosti, pružajući informacije o svojim održivim aktivnostima na radnom mjestu i služeći kao multiplikatori. Osim toga, provodimo širok spektar kampanja ili događaja u koje su zaposlenici često uključeni.

Kako živimo svoje vrijednosti

Za koordinaciju implementacije i provedbe načela i vrijednosti poduzeća zadužen je član Uprave za ljudske resurse društva Kaufland Stiftung & Co. KG, koji je ujedno nadležan i za pitanje sustava nagrađivanja. Zajedno s ostalim stručnim odjelima, odjel ljudskih resursa također se bavi izradom modela radnog vremena. Osim toga, svaki pojedini odjel ljudskih resursa decentralizirano upravlja razvojem i provedbom koncepata strukovnog osposobljavanja i daljnjeg usavršavanja. Odgovornost za daljnji razvoj pojedinog zaposlenika prvenstveno leži na voditelju i samom zaposleniku. S obzirom na trenutne i buduće zadatke, oni koordiniraju individualne potrebe za obukom i prikladne mjere. Odgovarajuće odgovornosti voditelja su jasno regulirane.

U Kauflandu odjeli za ljudske resurse u pojedinim zemljama podržavaju voditelje i odjele ciljanim procesima, programima i seminarima Kaufland Hrvatska dodatno dobiva podršku od društva Kaufland Stiftung & Co. KG putem odjela za upravljanje talentima (Talent-Management) pri poticanju razvoja zaposlenika. U skladu s dugoročnim upravljanjem talentima, u sklopu ovog procesa sa zaposlenicima se izrađuju individualni razvojni planovi.

Odjeli za društveno odgovorno poslovanje surađuju s odjelom za ljudske resurse i korporativne komunikacije kako bi upravljali osnaživanjem i podizanjem svijesti o pitanjima održivosti, a vodi se i tematski specifičan dijalog s pojedinim odgovornim odjelima.

Osim toga, postoje sveobuhvatna pravila i propisi koji reguliraju odgovornost za zdravlje i sigurnost na radu te promicanje zdravlja. Od zaposlenika do voditelja, svaki je pojedinac odgovoran za usklađenost s relevantnim zahtjevima i njihovu provedbu. U poduzećima Kauflanda osnovani su odgovarajući odbori za zdravlje i sigurnost na radu, kako je propisano zakonom. Osim savjetnika za odnose sa zaposlenicima, ključni kontakti za pitanja povezana sa zdravljem su voditelji, predstavničko tijelo zaposlenika s invaliditetom i kontakt osoba u radničkom vijeću.

Cjelokupna odgovornost za dužnu pažnju u pogledu ljudskih prava i zaštite okoliša leži na dotičnoj upravi te je implementirana u skladu sa specifičnim zadacima. Odjeli nabave robe i centralne nabave usklađenosti i društveno odgovornog poslovanja usko surađuju kako bi ispunili odgovarajuće obveze dužne pažnje.

Odjel za međunarodnu nabavu Kaufland Stiftung & Co. KG djelomično je odgovoran za nabavu robe koja se prodaje u više zemalja, u skladu sa svojim ovlastima. To se uvijek čini u uskoj koordinaciji s odjelima nabave u Kauflandu Hrvatska.

Održiva međunarodna nabava djeluje kao strateški i specijalizirani kontakt za pitanja održivosti povezana s nabavom. Surađuje s odjelima nabave na razvoju strategija i definiranju ciljeva za pravedne i ekološki prihvatljive proizvode kako bi se osigurala sigurnost lanca opskrbe. Njihovi zadaci uključuju identificiranje rizika,

pokretanje i nadzor akcija za promicanje održivijih lanaca opskrbe i asortimana proizvoda te pružanje podrške u provedbi regulatornih zahtjeva u nabavi. Ova bliska suradnja između našeg odjela odgovornog za održivost u međunarodnoj nabavi, odgovornih za održivost u nabavi u nacionalnim poduzećima, odgovarajućih odjela nabave i organizacije nabave znači da možemo poduzeti ciljane mjere kako bismo osigurali ispunjavanje svojih odgovornosti kao maloprodajnog trgovca prehrambenim proizvodima. Kako bismo iskoristili sinergije, neki od neprehrambenih proizvoda vlastite robne marke nabavljaju se u suradnji s Lidlom. U tom kontekstu, zahtjevi i ciljevi održivosti za neprehrambene proizvode vlastite robne marke u velikoj su mjeri usklađeni.

Na nacionalnoj razini, partnerstva i projekti s društvenom dimenzijom objedinjeni su unutar odjela za društveno odgovorno poslovanje. Različiti odjeli pokreću i provode projekte ili partnerstva te uvijek uključuju Odjel društveno odgovornog poslovanja u proces. Isto se odnosi i na rukovanje donacijama i sponzorstvima. To je regulirano pravilnikom koji su zajednički usvojila poduzeća Grupe Schwarz, a koji su odjeli za društveno odgovorno poslovanje i marketing u Kaufland Stiftung & Co. KG nadopunili smjernicama specifičnim za Kaufland, kao što su zajednički razvijena načela korporativnog građanstva



i zajednička međunarodna smjernica za sponzorstva. Međunarodne smjernice predviđaju određene kriterije isključenja, pravila za obradu i odobravanje te smjernice o tome kako objektivno evaluirati donacije i sponzorstva. Velike donacije i sponzorstva povezana s održivošću pregledava odjel za društveno odgovorno poslovanje u Kaufland Stiftung & Co. KG u skladu sa svojim ovlastima ili, u slučaju nacionalnih sponzorstava i nacionalnih donacija, odjel za društveno odgovorno poslovanje u nacionalnom poduzeću. U posebnim slučajevima, kao što su zajedničke velike donacije poduzeća Grupe Schwarz, iste pregledava i koordinira Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG.

Naše politike i načela:

- [Kodeks ponašanja za poslovne partnere poduzeća Grupe Schwarz](#) ↓
- [Predanost tvrtki Grupe Schwarz poštovanju ljudskih prava i ekoloških standarda](#) ↓
- Opći zahtjevi održivosti (vlastite robne marke Kauflanda: hrana, lokalni proizvodi, hrana za kućne ljubimce)
- Politika Kauflanda pravedne plaće i prihoda
- Korporativna načela i vrijednosti
- Načela društvene odgovornosti poduzeća
- Smjernica postupanja s donacijama i sponzorstvima

ATRAKTIVAN POSLODAVAC

Kao odgovoran poslodavac, dužni smo, ne samo ponuditi zaposlenicima sigurno i zdravo radno okruženje, već i iskoristiti predane napore ljudskih resursa kako bismo im pružili najbolju moguću podršku i stvorili pravedne uvjete rada. Naši su se napori pokazali uspješnima: neovisni Top

Employers Institute prepoznao je Kaufland 2024. godine kao jednog od najboljih poslodavaca u svim njegovim nacionalnim poduzećima šesti put zaredom. Ovo priznanje naglašava našu stalnu predanost usmjerenosti na naše zaposlenike te njihov osobni i profesionalni razvoj.



Korporativna načela Grupe Kaufland



Naši zaposlenici

Na kraju poslovne godine 2024., poduzeća Kauflanda zapošljavala su ukupno 151.764 osobe, od čega 3.290 u Kauflandu u Hrvatskoj. Broj zaposlenika tako se povećao za 2,3 % na međunarodnoj razini u usporedbi s prethodnom godinom te za 3,8 % u Kauflandu Hrvatska. Unatoč napetoj globalnoj gospodarskoj situaciji, u Kauflandu (na međunarodnoj razini) otvoreno je oko 3.419 novih radnih mjesta, od čega je 119 u Kauflandu Hrvatska.

Ukupno smo u izvještajnom razdoblju primili 44.859 novih zaposlenika u svim nacionalnim poduzećima, dok je u istom razdoblju 31.293 zaposlenika napustilo poduzeća Grupe Kaufland. U Kauflandu u Hrvatskoj zaposleno je 1.116 novih zaposlenika, a 815 zaposlenika je napustilo poduzeće.

To odgovara stopi fluktuacije od oko 21,7 %, što je blagi porast u odnosu na prethodnu godinu. Stopa fluktuacije u Kauflandu Hrvatska iznosila je približno 25,5 % u izvještajnom razdoblju.

Koristimo ograničen broj privremenih zaposlenika tamo gdje je to potrebno za pokrivanje vršnih razdoblja, primjerice za komisioniranje u logističkim distribucijskim centrima ili kao djelatnike za slaganje polica u trgovinama.

ZAPOSLENICI U BROJKAMA^{1,2}

		Kaufland International		Kaufland Hrvatska	
	Jedinica	2023.	2024.	2023.	2024.
Ukupan broj zaposlenika	Br.	148.345	151.764 ↑	3.171	3.290 ↑
Na određeno vrijeme	Br.	8.446	9.215 ↑	88	79 ↓
Žene	%	55,4	55,1	61,4	51,9
Muškarci	%	44,6	44,9	38,6	48,1
Raznoliko	%	0,0	0,0 ⁴	0,0	0,0
Spol nije naveden	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Na neodređeno vrijeme	Br.	139.899	142.549 ↑	3.083	3.211 ↑
Žene	%	72,9	72,3	70,1	70,1
Muškarci	%	27,1	27,7	29,9	29,9
Raznoliko	%	0,0	0,0 ⁴	0,0	0,0
Spol nije naveden	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Puno radno vrijeme	Br.	70.576	72.144 ↓	2.696	2.857 ↑
Žene	%	62,9	63,0	67,1	67,2
Muškarci	%	37,1	37,0	32,9	32,8
Raznoliko	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Spol nije naveden	%	0,0	0,0	0,0	0,0
Nepuno radno vrijeme³	Br.	77.769	79.620 ↑	475	433 ↓
Žene	%	80,1	78,8	85,7	85,9
Muškarci	%	19,9	21,2	14,3	14,1
Raznoliko	%	0,0 ⁴	0,0 ⁴	0,0	0,0
Spol nije naveden	%	0,0	0,0	0,0	0,0

¹ Ovdje navedena brojka zaposlenika predstavlja internu brojku za potrebe upravljačkih izvještaja gdje se koristi drugačija definicija zaposlenika od one koja se koristi u godišnjim financijskim izvještajima. Dok godišnji financijski izvještaji prikazuju broj zaposlenika, uključujući one na dugotrajnom bolovanju i rodiljnom dopustu, kao prosjeke na kraju tromjesečja za fiskalnu godinu, datum internog izvještavanja je kraj fiskalne godine. Zaposlenici na rodiljnom dopustu i dugotrajnom bolovanju interno su isključeni.

² Brojke zaposlenika u cijeloj tablici temelje se na broju pojedinaca.

³ Zaposlenici s radnim vremenom manjim od 100 posto klasificiraju se kao zaposlenici na nepuno radno vrijeme. Osim ako ne postoji nacionalna regulativa o tom pitanju, nepunim radnim vremenom smatra se manje od 163 sata mjesečno.

⁴ Stvarna vrijednost je iznad 0%, ali ispod praga zaokruživanja od 0,05% i stoga se prema odabranoj metodi prikazuje kao 0,0%.

Raznolikost zaposlenika^{1,2,3}

	Ukupan broj zaposlenika	Prema dobi			Prema spolu				
		Dobna skupin < 30 godina	Dobna skupin 30-50 godina	Dobna skupin > 50 godina	Žene	Muškarci	Raznoliko	Spol nije naveden	
Ukupno	Broj	151.764	32.452	75.072	44.240	108.202	43.558	4	0
	%	100 %	21,4 %	49,5 %	29,2 %	71,3 %	28,7 %	0,0 % ⁴	0,0 %
Zaposlenici bez rukovodeće uloge	Broj	143.218	31.851	68.880	42.487	103.701	39.513	4	0
	%	94,4 %	22,2 %	48,1 %	29,7 %	72,4 %	27,6 %	0,0 % ⁴	0,0 %
Rukovodeći kadar	Broj	8.370	601	6.060	1.709	4.464	3.906	0	0
	%	5,5 %	7,2 %	72,4 %	20,4 %	53,3 %	46,7 %	0,0 %	0,0 %
Viši rukovodeći kadar	Broj	120	0	93	27	30	90	0	0
	%	0,1 %	0,0 %	77,5 %	22,5 %	25,0 %	75,0 %	0,0 %	0,0 %
Najviši rukovodeći kadar	Broj	56	0	39	17	7	49	0	0
	%	0,0 % ⁴	0,0 %	69,6 %	30,4 %	12,5 %	87,5 %	0,0 %	0,0 %



Radno vrijeme u Kauflandu uvijek je ugovorno dogovoreno, što olakšava postizanje ravnoteže između poslovnog i privatnog života. Ovaj aspekt nije samo ključan za atraktivno radno okruženje, već je i preduvjet za osiguravanje jednakih mogućnosti. To uključuje i opciju korištenja

roditeljskog dopusta. Ukupno 4.891 zaposlenik u poduzećima Grupe Kaufland uzeo je roditeljski dopust u izvještajnom razdoblju (85 zaposlenika u Kauflandu Hrvatska). To čini 3,1 % ukupne radne snage i 2,58 % radne snage u Kauflandu u Hrvatskoj.

Roditeljski dopust

Kaufland International
2023. 2024.

Kaufland Hrvatska
2023. 2024.

Zaposlenici koji su koristili roditeljski dopust¹

4.753

4.891

83

85

¹ Zbog relevantnosti za potrebe kontrole, definicija zaposlenika koja se koristi u upravljačkim izvještajima uzima se kao osnova za prikupljanje i izvještavanje svih navedenih vrijednosti, a ne definicija sadržana u godišnjim financijskim izvještajima. To uključuje zaposlenike s punim/nepunim radnim vremenom, , pripravnike, studente na dualnom studiju, zaposlenike iz inozemstva na privremenom radu, zaposlenike na plaćenom dopustu te zaposlenike u djelomičnoj mirovini u aktivnoj fazi, privremene zaposlenike poput studenata koji rade, stazista, studenata na diplomskom studiju i privremenog osoblja (ako su radni sati odrađeni u izvještajnom razdoblju).

² Prema uobičajenom shvaćanju, kategorije zaposlenika raščlanjuju se kako slijedi: najviše rukovodeće osoblje = razina upravljanja I – II, više rukovodeće osoblje = razina upravljanja III, rukovodeće osoblje = razina upravljanja IV – VI bez zamjenika/bez specijalističke razine, zaposlenici bez rukovodeće funkcije = ostali zaposlenici.

³ Brojke zaposlenika u cijeloj tablici temelje se na broju pojedinaca.

⁴ Stvarna vrijednost je iznad 0%, ali ispod praga zaokruživanja od 0,05 % i stoga se prema odabranoj metodi prikazuje kao 0,0%.

Osiguravanje pravedne plaće

Pravedna i tržišno utemeljena plaća za naše zaposlenike središnja je točka zajednički razvijene korporativne strategije. Propisi za klasifikaciju plaća nisu diskriminirajući i određuju se, između ostalog, neovisno o spolu, vjeri, dobi, seksualnom identitetu, invaliditetu ili etničkom podrijetlu podnositelja zahtjeva ili zaposlenika. U Kauflandu Hrvatska, jedinstvene strukture plaća temelje se na objektivnim kriterijima kao što su profesionalno iskustvo, stručnost, vještine i područje odgovornosti.

Osim toga, u Kauflandu Hrvatska našim zaposlenicima nudimo brojne dodatne benefite. Benefiti se općenito primjenjuju jednako na zaposlenike s punim radnim vremenom i one s nepunim radnim vremenom.

Ista načela primjenjuju se na način na koji nagrađujemo voditelje u Kauflandu, što je regulirano jasnim okvirnim uvjetima i minimalnim standardima. Razina plaće izračunava se na temelju zadataka povezanih s ulogom i pripadajuće odgovornosti. Kao opće pravilo, koristimo pristup pouzdane i sigurne plaće s fokusom na atraktivne fiksne plaće.

Pojedinačne plaće zaposlenika podliježu tajnosti kao povjerljive informacije, a njihovo prosljeđivanje, čak i u svrhe statističke evaluacije, ostaje ograničeno. Istodobno pripremamo se za implementaciju direktive o transparentnosti plaća u hrvatsko zakonodavstvo

U Grupi Kaufland također podržavamo kolektivno pregovaranje i pridržavamo se sporazuma. U poslovnoj godini 2024., 77,9 % zaposlenika u Kauflandu bilo je obuhvaćeno kolektivnim



ugovorima, a u Kauflandu u Hrvatskoj čak 99,7 %.

Svi zaposlenici poduzeća Grupe Kaufland općenito imaju pravo osnivati predstavnička tijela i sudjelovati u organizacijama zaposlenika (npr. sindikati). Predstavnička tijela mogu se formirati u skladu sa zakonskim propisima, a sudjelovanje je također podložno zakonskim zahtjevima. Važno nam je da održavamo odnos povjerenja, pravedan i trajan odnos s odabranim predstavničkim tijelima zaposlenika. Za zaposlenike obuhvaćene kolektivnim ugovorima u Kauflandu Hrvatska, benefite i plaće određuju udruga poslodavaca i sindikat kao dio kolektivnog pregovaranja. Za zaposlenike koji nisu obuhvaćeni kolektivnim ugovorima, u Kauflandu u Hrvatskoj koristimo analize naknada za određivanje plaće.

Ni tarifni ni izvan-tarifni platni razredi ne predviđaju nagrađivanje na temelju spola. Osim toga, pitanja kao što su godišnji odmor i plaćeni dopust iz posebnih razloga rješavaju se na isti način za sve zaposlenike poduzeća Grupe Kaufland.

Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu

Fizičko, mentalno i socijalno zdravlje od iznimne nam je važnosti. U izvještajnom razdoblju proširili smo i ojačali naše upravljanje zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Svi relevantni procesi zaštite zdravlja i sigurnosti na radu definirani su u našem sustavu upravljanja zaštitom na radu i dokumentirani u informatičkom sustavu upravljanja poslovnim procesima. Vlasnici procesa odgovorni za pojedinačne korake jasno su dodijeljeni. Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu primjenjuje se na sve zaposlenike Kauflanda i modificira se kako bi odražavao nove uvide poput nalaza procjena rizika.

Međunarodni ciljni procesi prenose se u Kaufland Hrvatsku radi stvaranja odgovarajućih propisa o procesima, uzimajući u obzir nacionalno zakonodavstvo. To nam omogućuje postizanje visokog stupnja standardizacije procesa. Proces zaštite zdravlja i sigurnosti na radu usko su usklađeni sa zahtjevima ISO 45001 za sustave upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu. Redovite interne i vanjske revizije provode se radi provjere usklađenosti s primjenjivim smjernicama i procesima. U Kauflandu Hrvatska, provodi ih revizija Schwarz Corporate Solutions KG.

U Kauflandu u Hrvatskoj provodimo redovite inspekcije zaštite zdravlja i sigurnosti na radu na lokaciji kako bismo rano identificirali potencijal za optimizaciju i poduzeli odgovarajuće mjere. Oslanjamo se na blisku suradnju između stručnjaka za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu i onih na odgovornim pozicijama u operativnim odjelima. Potičemo individualnu inicijativu među lokalnim stručnjacima za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu kako bismo stvorili sigurno radno okruženje za zaposlenike i povećali učinkovitost naših procesa.

Kako bismo izbjegli nesreće na radu, u Grupi Kaufland fokusiramo se na prevenciju i proširenje sigurnosnih mjera koje utječu na sva područja zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Ako dođe ili zamalo dođe do nesreće na radu, gdje je to potrebno, uzrok nesreće detaljno se analizira i identificiraju se odgovarajuće preventivne radnje. U izvještajnoj godini proces postupanja kod nezgoda dopunjen je detaljnim istraživanjem nezgoda, a izvještavanje o nezgodama je internacionalizirano. Trendovi nesreća i kritične točke sada se prate putem nadzorne ploče zaštite zdravlja i sigurnosti na radu kako bi se poduzele ciljane mjere na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Nadalje, provedena je analiza zaštite zdravlja i sigurnosti na radu u pet distribucijskih centara Kauflanda kako bi se identificirao prostor za poboljšanje u provođenju i komunikaciji zaštite zdravlja i sigurnosti na radu.

U Kauflandu se provode procjene rizika specifične za pojedine aktivnosti, koje se prilagođavaju u slučaju promjena u aktivnostima ili pri nabavi novih postrojenja te se redovito ažuriraju. Odgovorni stručnjak za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu podržava i savjetuje voditelje u izradi i kontinuiranom ažuriranju procjena. Potrebne tehničke, strukturne i organizacijske mjere te mjere specifične za pojedinca definiraju se i provode na temelju rezultata procjena rizika.

Mjere za poboljšanje ergonomije na radnom mjestu također igraju ključnu ulogu u našim naporima zaštite zdravlja i sigurnosti na radu. Jedan primjer su poluautomatski sustavi za komisioniranje koji su dizajnirani da pomognu minimizirati visoko fizičko opterećenje zaposlenika i

povećaju ergonomiju i učinkovitost komisioniranja. Posebno razvijene metalne sklopive palete koje se koriste u svakodnevnom komisioniranju, transportu i skladištenju također nude ergonomske prednosti, osobito prilikom pakiranja i raspakiranja. Pogoni Kauflanda za preradu mesa redovito ulažu u inteligentne sustave zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, osobito na specifičnim visokorizičnim radnim mjestima. To pruža ciljano olakšanje u bučnim područjima i radnim područjima pod visokim ergonomske stresom. Korištenje robotike, pokretnih traka i viličara s okretnom glavom također je pomoglo smanjiti ergonomske opterećenje i dodatno optimizirati radne stanice. Osim toga, razne inicijative za promicanje zdravlja pomažu podići svijest zaposlenika o ergonomiji te o pitanjima zdravlja i sigurnosti.

UKLJUČIVANJE ZAPOSLENIKA

Zaposlenici Kauflanda i njihovi predstavnici uključeni su u zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu. Na temelju zakonskih zahtjeva, Kaufland Hrvatska je uspostavio odbore za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu koji se redovito sastaju. Zajednički razvijene smjernice za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radu komuniciraju se zaposlenicima putem različitih kanala kao što su sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu, e-učenje, bilteni, plakati, sadržaji intraneta, Connect Infocenter i timski sastanci na lokaciji. Različiti kanali također se koriste za redovitu i pravodobnu komunikaciju inicijativa za promicanje zdravlja.

Također pripremamo godišnji interni izvještaj o korporativnoj sigurnosti i pružamo detaljne informacije o odgovornostima i statistikama nesreća u javno dostupnom izvještaju o održivosti.

Kako bismo osigurali funkcionalnu organizaciju zaštite zdravlja i sigurnosti na radu te aktivno uključili naše zaposlenike, odabrani zaposlenici se obučavaju i raspoređuju u razne uloge kao što su članovi ekipe za zaštitu od požara i članovi ekipe za pružanje prve pomoći. Osim toga, svi zaposlenici redovito se obučavaju o potencijalnim rizicima u svom radnom okruženju. U Kauflandu Hrvatska, zaposlenici su obvezni sudjelovati jednom godišnje. Obuka se uglavnom pruža online putem, uz osobne događaje koji se održavaju tamo gdje je to potrebno ili zakonom propisano. Opća i specifična online obuka o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu uvedena je na svim razinama i dodatno je proširena u izvještajnom razdoblju 2024. Standardno je dostupna svim zaposlenicima u trgovinama i na administrativnim lokacijama.

ZDRAVSTVENE INICIJATIVE

Kaufland nudi usluge službe medicine rada u svim poduzećima u skladu sa zakonskim zahtjevima. To služi promicanju zdravlja svih zaposlenika i sprječavanju zdravstvenih problema povezanih s radom. U tom kontekstu provode se mjere poput procjena rizika te niz neobveznih i obveznih preventivnih liječničkih pregleda. Mnoge lokacije imaju i mjere za promicanje zdravlja kao dio upravljanja zdravljem na radu koje koordiniraju odjeli za ljudske resurse.

Putem naše službe medicine rada i promicanja zdravlja na radu, nudimo zdravstvene mjere temeljene na potrebama u vezi s ergonomijom, tjeležbom, ravnotežom, prehranom i preventivnim liječničkim pregledima s ciljem očuvanja fizičkog i mentalnog zdravlja naših zaposlenika u najvećoj mogućoj mjeri. Preventivna zdravstvena zaštita na radu temelji se na radu i povezanim opasnostima u svakom radnom području, kao što su rad s računalnim zaslonima, kožne bolesti ili UV zračenje.



U Kauflandu Hrvatska, preventivnu zdravstvenu zaštitu na radu osiguravaju službe medicine rada. Služba medicine rada provodi prethodne, peri-odične i izvanredne zdravstvene preglede radnika na poslovima s posebnim uvjetima rada (rukovatelji viličarom, rad u nepovoljnim temperaturnim uvjetima, rad s opasnim tvarima) te provjeru vida za radnike koji rade na računalu više od 4 sata dnevno. U slučaju problema s mentalnim zdravljem, zaposlenicima podršku pružaju predstavnici za zaposlenike koji djeluju kao prva kontakt točka i upućuju ih odgovarajućim stručnjacima. Godišnje obavještavamo zaposlenike o mogućnosti sudjelovanja u dobrovoljnim akcijama prevencije ako rade u ugroženim područjima. Zaposlenicima koji rade u uredu osigurana je ergonomska uredska oprema.

Smanjujemo fizičko opterećenje u trgovinama i logističko distributivnim centrima, primjerice optimizacijom visine policica, podešavanjem pokretnih traka i korištenjem tehnologije koja smanjuje opterećenje, poput nosača tereta koji su prikladni za leđa.

Poduzeća Kauflanda također nude sportske i slobodne aktivnosti kao što su članstva u teretani s popustom i online sportski tečajevi. Ponudu inicijativa zaokružuju razgovori o zdravlju i razni sportski događaji.

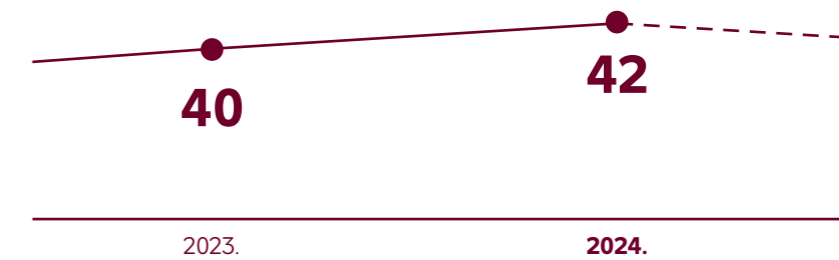
Statistika: Nesreće na radnom mjestu i zdravstveni problemi povezani s radom

U izvještajnom razdoblju ukupno su zabilježene 42 nesreće na radu na 1000 zaposlenika s punim radnim vremenom, što je blagi porast stope nesreća od 3 % u usporedbi s prethodnom poslovnom godinom. Promatramo različite trendove. Dok je stopa nesreća u logistici i pogonima za preradu mesa pala za 16 %, najveće područje – prodaja i distribucija – zabilježilo je porast od 7 %. Kritične točke nesreća nalaze se u sljedećim područjima:

- Ozljede uslijed poskliznuća, spoticanja i padova uzrokovane mokrim podovima ili predmetima
- Posjekotine pri rukovanju noževima i strojevima za rezanje
- Ozljede pri rukovanju podnim transportnim sredstvima (viličarima i električnim ručnim viličarima)

Kaufland International

Broj nesreća na radnom mjestu¹ (na 1,000 zaposlenika s punim radnim vremenom)



Stopa bolovanja, drugim riječima, omjer izostanaka zbog bolesti i godišnjih ciljanih sati, iznosila je približno 6 % u 2024. godini na internacionalnoj razini, a u Kauflandu Hrvatska 5,3 %.

Stopa bolovanja² (u postocima)

Kaufland international 2023. 2024.



Kaufland Hrvatska 2023. 2024.



¹ Uključuje nesreće na radnom mjestu s ≥ 1 izgubljenim radnim danom zaposlenika Kauflanda, isključujući nesreće tijekom putovanja na posao i s posla.

² Ne uključuje dugotrajna bolovanja i odsutnosti zbog bolesti djeteta.

POBOLJŠANJE RADNIH I LJUDSKIH PRAVA

Naša je odgovornost aktivno štiti i podržavati radnička i ljudska prava duž cijelog lanca opskrbe. Zbog toga poduzimamo mjere kako bismo osigurali pravednu plaću, uvjete rada koji odražavaju poštovanje te zaštitu temeljnih radničkih prava, kako u vlastitom poslovanju tako i u našim lancima opskrbe. Također smo uspostavili jasne mehanizme za rano prepoznavanje i kontrolu rizika te učinkovito rješavanje pritužbi.

Pozdravljamo političku odluku Europske unije o stvaranju obvezujućih i jedinstvenih propisa kako bi se s jedne strane osiguralo poštivanje ljudskih prava i zaštita okoliša, a s druge strane zajamčila pravna sigurnost i pravedni uvjeti tržišnog natjecanja za poduzeća u lancima vrijednosti. Specifični zahtjevi ugrađeni su u zajednički razvijen Kodeks ponašanja poduzeća Grupe Schwarz za poslovne partnere koji je ugovorna komponenta naših odnosa s dobavljačima.

Fokus na kodekse ponašanja

Zajednički razvijen i usvojen Kodeks ponašanja poduzeća Grupe Schwarz postavlja temeljna načela suradnje usmjerena na rizik i opisuje što se očekuje od poslovnih partnera u pogledu ljudskih prava i pitanja okoliša. Kodeks ponašanja temelji se na sljedećim međunarodnim smjernicama i načelima za smanjenje negativnih utjecaja na okoliš i društvo kroz lanac vrijednosti:

- Međunarodna povelja o ljudskim pravima
- Vodeća načela UN-a o poslovanju i ljudskim pravima
- Konvencija UN-a o pravima djeteta
- Konvencija UN-a o ukidanju svih oblika diskriminacije žena
- Smjernice OECD-a za multinacionalna poduzeća
- Deklaracija Međunarodne organizacije rada temeljnim načelima i pravima na radu
- Pariški klimatski sporazum
- Minamatska konvencija
- Stockholmska konvencija
- Baselska konvencija
- Načela inicijative UN Global Compact (UNGC)

Obuhvaćena su i temeljna načela definirana od strane Međunarodne organizacije rada, a uzeti su u obzir i relevantni ekološki standardi. Osim tema definiranih u Kodeksu ponašanja za poslovne partnere poduzeća Grupe Schwarz, primjenjuju se, između ostalog, i sljedeće:

- Zabrana diskriminacije
- Pošteno postupanje
- Prisilni rad i moderno ropstvo
- Rad djece i zaštita maloljetnika
- Plaće i radno vrijeme
- Sloboda udruživanja i kolektivno pregovaranje
- Sigurnost i zdravlje
- Disciplinske mjere
- Prava na zemljište
- Zakoni o zaštiti okoliša
- Resursi i utjecaji na okoliš

Također poštujemo obveze prema međunarodnim konvencijama, primjerice u vezi s proizvodnjom, uporabom i odlaganjem proizvoda opisanih u Minamatskoj konvenciji (živa), Stockholmskoj konvenciji (postojani organski zagađivači) i Baselskoj konvenciji (opasni otpad).

Dužna pažnja u lancu opskrbe

1. PREPOZNAVANJE RIZIKA

S obzirom na velik broj poslovnih partnera i robe iz svih krajeva svijeta, želimo precizno razumjeti naše rizike. Od 2022. godine, Kaufland Stiftung & Co. KG sustavno provodi godišnje i ad hoc analize rizika svih izravnih poslovnih partnera u skladu sa zahtjevima Njemačkog zakona o dužnoj pažnji u lancu opskrbe (LkSG).

Pojedinačna klasifikacija rizika izravnih poslovnih partnera temelji se na kupljenim proizvodima ili pruženim uslugama. Procjena rizika temelji se na priznatim indeksima i studijama, a uzimaju se u obzir i informacije o zemljama i sirovinama. Na taj način koristimo razne izvore informacija – uključujući Međunarodnu organizaciju rada, Globalni indeks ropstva, UNICEF-ovu Globalnu bazu podataka za zaštitu djece i Indeks rodne nejednakosti UN-a – kako bismo procijenili koji od naših lanaca opskrbe imaju najveći rizik od kršenja ljudskih prava. Nastojimo kontinuirano poboljšavati naše procese za prepoznavanje prilika i rizika.

Na temelju tih nalaza, dajemo prioritet poslovnim partnerima prema njihovoj izloženosti riziku kako bismo suzbili negativne utjecaje naših poslovnih aktivnosti na ljudska prava i ekološke standarde.

2. DEFINIRANJE SMJERNICA I PROCESA

Jasni kriteriji, standardi i zakonske obveze povezane s održivošću primjenjuju se, kako na globalnoj tako i na regionalnoj razini, kako bi se osigurala usklađenost s ljudskim pravima i ekološkim standardima u lancu opskrbe.

Naši ugovorni partneri upoznati su sa svojim obvezama kao dijelom njihovih ugovora, na primjer Kodeksom ponašanja i Općim zahtjevima održivosti za dobavljače.

FOsobito za sirovine povezane s visokim rizicima za ljudska prava i okoliš, postavljamo si specifične ciljeve i kontinuirano radimo na njihovom postizanju. Definiramo jasne zahtjeve za poslovne

partnere kako bismo osigurali da se ti ciljevi postignu. Ti zahtjevi uključuju certifikaciju za proizvode i sirovine, sudjelovanje u daljnjem razvoju standarda i financiranje projekata. Odgovarajuće smjernice možete pronaći u poglavlju [Očuvanje resursa](#).


3. PROVEDBA I KONTROLA

Na temelju definiranih specifikacija i, poduzimamo odgovarajuće mjere i redovito preispitujemo njihovu učinkovitost. Jedan primjer našeg zajedničkog pristupa poštivanju ljudskih prava u lancu opskrbe je dodavanje certificiranih sirovina u naš portfelj. Svjesni smo da preventivne mjere kao što su žigovi ili certifikati ne mogu u potpunosti isključiti kršenja ljudskih prava. Međutim, oni su i dalje važan korak prema većoj transparentnosti, nadilaze zakonske minimalne standarde i temeljni su dio naše dužne pažnje. Međunarodno priznata certifikacijska tijela kao što su Fairtrade, Rainforest Alliance i FSC®, s kojima surađujemo na razne načine, učinkovito djeluju kao produžena ruka sve do proizvođača. Te organizacije provode redovite provjere usklađenosti s definiranim standardima koje također provode neovisne treće strane. Svi žigovi i certifikati povezani s proizvodima koje koristimo navedeni su u poglavlju [Dobra prehrana](#).

Od 2021. godine Kaufland je postupno ovlastio Lidl da preuzme nabavu neprehrambenih proizvoda vlastite robne marke. Kao dio tih usluga upravljanja poslovanjem koje pruža Lidl, zahtjevi koje Lidl postavlja dobavljačima primjenjuju se i na proizvode nabavljene za Kaufland. Od 2020. godine Kaufland zahtijeva od proizvođača da prođu društvenu reviziju za odabrane grupe proizvoda.

Akcije Kauflanda temelje se na procesu korporativne dužne pažnje.

4. POBOLJŠANJE

Negativne učinke treba sustavno eliminirati, izbjegavati ili minimizirati. U tom je kontekstu ključno osigurati da sve uključene strane imaju pristup učinkovitim mehanizmima za pritužbe. Uspostavili smo mehanizme za pritužbe na više od 30 jezika kako bismo primali obavijesti o kršenjima ljudskih prava i pružili pomoć onima koji su pogođeni. Mehanizmi za pritužbe omogućuju pogođenim stranama ili svjedocima da povjerljivo prijave potencijalna kršenja ljudskih prava i ekoloških standarda, uključujući putem mrežnog sustava prijavljivanja „BKMS“. Dodatne informacije o našim mehanizmima za pritužbe možete pronaći u poglavlju **Upravljanje** .

Ukoliko se utvrde negativni učinci koje su uzrokovale tvrtke iz grupacije Kaufland ili su im one pridonijele, poduzet ćemo sve što je u našoj moći kako bismo osigurali obeštećenje. Koristimo svoj utjecaj i blisko surađujemo s našim dobavljačima i neovisnim trećim stranama kako bismo osigurali da pogođene osobe dobiju odgovarajuću naknadu. Ako unatoč poduzetim korektivnim

mjerama nema napretka, a dobavljač nastavi kršiti temeljne društvene i ekološke standarde ili primjenjive zakone, kao krajnju mjeru zadržavamo pravo raskida poslovnog odnosa. Još prije stupanja na snagu Njemačkog zakona o dužnoj pažnji u lancu opskrbe, naše analize rizika već su uključivale ispitivanje nabave proizvoda koji sadrže sirovine iz visokorizičnih sektora gdje postoji sumnja na dječji rad.

Osim naše jasne predanosti zaštiti dječjih prava i suprotstavljanju prisilnom radu, osiguravanje primjerenih plaća i sigurnog prihoda za zaposlenike u lancima opskrbe također su temeljni ciljevi Kauflanda. Našu predanost u ovom području vidimo kao stalnu komponentu naše korporativne dužne pažnje. U tom kontekstu, razmatramo ne samo pravednu naknadu za naše zaposlenike, već i za one naših partnera duž naših globalnih lanaca opskrbe. Poseban fokus je na dobavljačima na međunarodnim tržištima nabave i proizvođačima u poljoprivrednom sektoru, gdje radimo na osiguravanju isplate primjerenih plaća ili prihoda.

5. KOMUNIKACIJA

Priopćenja za medije i publikacije kao što su izvještaji o održivosti, dokumenti o politici nabave, dokumenti o stajalištima i internetske stranice služe kao ključni komunikacijski kanali. Stajališta o javnim politikama te odgovarajući mehanizmi za pritužbe također spadaju u načine komunikacije.

Uključenost u inicijative i partnerstva s više dionika

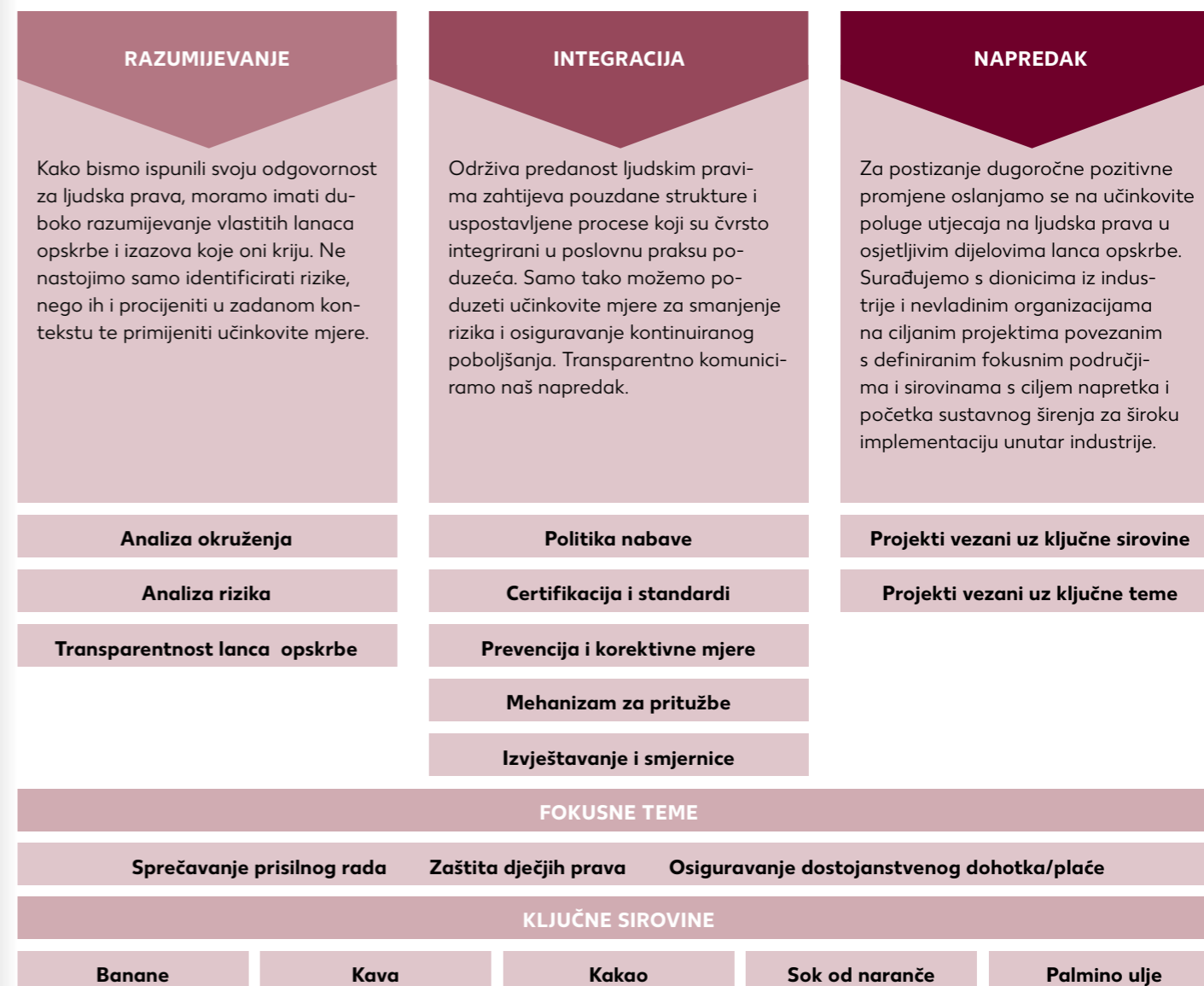
Kaufland je član Njemačke radne skupine maloprodajnih trgovaca za pravedan dohodak i plaću čiji je cilj podržati proizvođače u njihovim matičnim zemljama da zarađuju pravedan dohodak i plaće. Dobrovoljna obveza potpisana je 2020. godine. Inicijativa za održive poljoprivredne lance opskrbe (Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative = SASI) organizira i upravlja radnom skupinom te je podržava u postizanju tog cilja – između ostalog i u obliku zajedničkih projekata. Prvi pilot projekt bavi se pitanjem plaća u sektoru banana. U tom kontekstu objavljeno je izvješće o razlikama u plaćama u Ekvadoru. Drugi projekt za osiguranje pravednih plaća za obitelji malih uzgajivača kave u Peruu i Hondurasu pokrenut je 2023. godine. Potencijalne pilot-farme pregledane su u lancima opskrbe.

Poduzeća Kauflanda predana su raznim inicijativama s više dionika s ciljem poboljšanja učinkovitosti sustava izvještavanja i širenja doseg vlastitih mehanizama za pritužbe. Također sudjelujemo u radu platforme „appellando“ i surađujemo s više dobavljača na mehanizmu za pritužbe u cijeloj industriji za sektor voća i povrća.

Strateški pristup ljudskim pravima

Kaufland je 2025. godine pokrenuo novu inicijativu na temu ljudskih prava u našim lancima opskrbe. On uključuje misiju kontinuiranog poticanja poboljšanja radnih i životnih uvjeta u našim lancima opskrbe u suradnji s našim partnerima i dionicima.

U okviru našeg strateškog pristupa, pritom se koncentriramo na tri ključne teme: sprječavanje prisilnog rada, zaštitu dječjih prava i osiguravanje dostojanstvenih dohodaka/plaće. Ključne sirovine su banane, kava, kakao, sok od naranče i palmino ulje. Naša inicijativa obuhvaća tri stupa:



DRUŠTVENI ANGAŽMAN

Društveni angažman bitan je sastavni dio naše korporativne filozofije. Predani smo promicanju interesa zajednice između ostalog pružanjem financijske potpore putem donacija, kao i praktične pomoći u velikim brojem društvenih projekata.

Donacije i sponzorstva: Kako podržavamo društvene projekte

U skladu s našom zajednički usvojenom strategijom društveno odgovornog poslovanja naši prioriteti potpore leže u tematskom području „prehrana“. Slijedom toga, Kaufland Hrvatska ima priliku definirati dodatno tematsko područje kao prioritet svog društvenog angažmana. U Hrvatskoj smo stavili fokus na djecu, zdravlje i okoliš. U načelu, angažmanom težimo postizanju različitih svrha i adresiramo najrazličitije teme povezane s održivošću – pod uvjetom da one daju konkretan doprinos ostvarenju ciljeva unutar dotičnog tematskog područja.

Za nas je važno da naše akcije i projekti budu srednjoročnog do dugoročnog karaktera – s iznimkom pomoći u iznimnim krizama i katastrofama. Posebnu vrijednost pridajemo projektima koji postižu učinkovite i, gdje je to moguće, mjerljive rezultate te su relevantni za naše dionike. Preferiramo projekte koji omogućuju aktivno sudjelovanje kupaca i zaposlenika te potiču sudjelovanje. Drugi ključni kriterij je rad s uglednim projektnim i suradničkim partnerima koji jamče profesionalan i pouzdan pristup svom radu.

Naše donacije posebno podržavaju socijalno ugrožene skupine, kao i skupine kojima je potrebna podrška u usvajanju zdravog načina života.

Redovito doniramo hranu dobrotvornim organizacijama kao što su registrirani posrednici u lancu doniranja hrane i organiziramo projekte za djecu na temu dobre prehrane. Za više informacija o predanosti Kauflanda u Hrvatskoj u pogledu donacija hrane, pogledajte stranicu **18**.

Naši zaposlenici se također mogu uključiti, primjerice u redovitim akcijama dobrovoljnog darivanja krvi i volonterskim akcijama.

DODATAK

O ovom izvješću

SADRŽAJ I OPSEG IZVJEŠTAJA

Ovo izvješće objavljuje napredak napora Kauflanda Hrvatske u području održivosti. Kvantitativni i kvalitativni podaci djelomično se odnose na Kaufland Hrvatska, a djelomično na konsolidirane brojke svih poduzeća Grupe Kaufland. Stoga se, osim ako nije drugačije navedeno, odnose na sljedeća poduzeća:

- Kaufland Stiftung & Co. KG, sa sjedištem u Neckarsulmu, Njemačka, koje obavlja prekogranične funkcije iz Njemačke za cijelu Grupu Kaufland.
- Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG, sa sjedištem u Neckarsulmu, Njemačka, približno 780 Kaufland trgovina u Njemačkoj, šest regionalnih poduzeća i sedam logističkih distribucijskih centara, četiri pogona za preradu mesa u Njemačkoj (također se nazivaju Kaufland u Njemačkoj; širenje kroz akviziciju i integraciju Real trgovina u Njemačkoj uzeto je u obzir u brojkama u usporedbi s prethodnom godinom).
- Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. (također se naziva Kaufland Poljska), s glavnim sjedištem: Al. Armii Krajowej 47, 50-541 Wrocław, Poljska; broj trgovina: 252, broj logističkih distribucijskih centara: 3
- Kaufland Česká republika, v.o.s. (također se naziva Kaufland Češka Republika), sa sjedištem u Pragu, Češka Republika; broj trgovina: 145, broj logističkih distribucijskih centara: 2, broj pogon za preradu mesa: 1
- Kaufland Hrvatska k.d. (također se naziva Kaufland Hrvatska), sa sjedištem u Zagrebu, Hrvatska; broj trgovina: 50, broj logističkih distribucijskih centara: 1
- Kaufland Slovenská republika v.o.s. (također se naziva Kaufland Slovačka), sa sjedištem u Bratislavi, Slovačka; broj trgovina: 84, broj logističkih distribucijskih centara: 1
- Kaufland Bulgaria EOOD & Co KD (BG) (također se naziva Kaufland Bugarska), sa sjedištem u Sofiji, Bugarska; broj trgovina 67, broj logističkih distribucijskih centara: 1
- Kaufland Romania S.C.S. (također se naziva Kaufland Rumunjska), sa sjedištem u Bukureštu, Rumunjska; broj trgovina: 190, broj logističkih

distribucijskih centara: 2

- Kaufland Republika Moldova (također se naziva Kaufland Moldavija), sa sjedištem u Kišinjevu, Moldavija; broj trgovina: 9

Tvrtke Kauflanda u Poljskoj, Češkoj Republici, Hrvatskoj, Slovačkoj, Bugarskoj, Rumunjskoj i Moldaviji su neizravne podružnice poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG. Kaufland je prisutan u Hrvatskoj od 2001. godine. S 3.290 zaposlenika i 50 trgovina, Kaufland je jedan od vodećih maloprodajnih trgovaca prehrambenim proizvodima u Hrvatskoj.

Opseg ovog izvještaja, međutim, ne uključuje Kaufland e-trgovinu jer je ona također dio poduzeća Grupe Schwarz, ali je organizacijski dodijeljena Schwarz Digitsu, IT i digitalnom odjelu Grupe Schwarz.

Gdje god se u ovom dokumentu koriste, riječi „mi“, „nas“, „naš“ itd. te izraz „Kaufland“, označavaju sva ta poduzeća zajedno. Ako se informacije odnose samo na nacionalno poduzeće Kaufland Hrvatska, to je posebno naznačeno.

STANDARD IZVJEŠTAVANJA I STRUKTURA IZVJEŠTAJA

Pripremili smo izvještaj o održivosti u skladu s međunarodno priznatim GRI Standardima za izvještavanje o održivosti. Odgovarajući sadržaj predstavljen je u [GRI indeksu sadržaju](#). Navigacija kroz izvještaj omogućena je putem upućivanja na stranice u sadržaju te postavljanjem GRI pokazatelja na odgovarajuće stranice izvještaja.

Na temelju zajedničke procjene materijalnosti i četiri strateška fokusna područja strategije društveno odgovornog poslovanja – „Zaštita okoliša“, „Očuvanje resursa“, „Jačanje društva“ i „Dobra prehrana“, ovaj izvještaj pruža informacije o materijalnim utjecajima na okoliš, društvo i gospodarstvo te aktivnostima poduzeća Grupe Kaufland.

Uz one identificirane u zajedničkoj procjeni materijalnosti, u naš izvještaj uključene su i druge teme. Ovaj pristup osigurava dosljednost s prethodnim izvještajima: radi dosljednosti, izvještavamo o odabranim temama koje nisu bile klasificirane kao materijalne, ali su bile dio dobrovoljnog izvještavanja u prethodnim godinama. Nastavkom izvještavanja o tim dodatnim temama, osiguravamo izravnu usporedivost s prethodnim godinama i maksimalnu transparentnost za čitatelje. Dodatne teme označene su u skladu s tim u GRI indeksu sadržaja.

PROMJENE U ODNOSU NA POSLJEDNJI IZVJEŠTAJ

Ovaj je izvještaj po prvi put strukturiran prema našoj novoj strategiji društveno odgovornog poslovanja. Sadržajna struktura temelji se na četiri strateška fokusna područja kako bi se napredak i akcije prikazali na još transparentniji i dosljedniji način. Osim toga, po prvi put izvještavamo ne samo o našim nacionalnim ključnim brojkama, već i o konsolidiranim međunarodnim ključnim brojkama za Kaufland. Kao što je prethodno opisano, one uključuju sva poduzeća Grupe Kaufland.

Budući da su zahtjevi za izvještavanje prema CSRD Direktivi značili da se ključne brojke za fiskalnu godinu 2024. moraju prikupljati prije kraja fiskalne godine, za vrijednosti za ostatak razdoblja korištene su odgovarajuće metode ekstrapolacije.

U slučaju odstupanja od brojki objavljenih u posljednjem izvještaju održivosti [KL Hrvatska za poslovnu godinu 2022. i 2023.], u ovom smo

izvještaju obrazložili značajnija odstupanja (> 5 %) na odgovarajućim mjestima. Manja odstupanja mogu se pripisati poboljšanoj dostupnosti/kvaliteti podataka.

Nadalje, nije bilo ispravaka ili ponovnih objava informacija iz prethodnih izvješća za tekuće izvještajno razdoblje.

IZVJEŠTAJNO RAZDOBLJE I INTERVALI

Izvještajno razdoblje za ovaj izvještaj održivosti je od 1. ožujka 2024. do 28. veljače 2025. U nekim slučajevima uključujemo i informacije izvan tog razdoblja ako doprinose potpunosti ili razumljivosti izvještaja. Tamo gdje je to slučaj, relevantni odlomci i činjenice jasno su označeni u tekstu. Osim ako nije drugačije navedeno, krajnji datum prikupljanja podataka za izvještaj bio je 28. veljače 2025., a redakcijski rok bio je veljača 2026.

Povratne informacije i upite pošaljite na: e-mail: kommunikacije@kaufland.hr

VANJSKO IZRAŽAVANJE UVJERENJA

EEY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft provela je angažman s izražavanjem ograničenog uvjerenja na odabranim pokazateljima učinka u Informativnom listu o ključnim pokazateljima uspješnosti (KPI) poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG, Neckarsulm, Njemačka, za razdoblje od 1. ožujka 2024. do 28. veljače 2025.

Idi na [Informativni list o ključnim pokazateljima uspješnosti](#); idi na [Izvještaj neovisnog revizora](#).

GRI indeks sadržaja

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar
GRI 1: Osnove		
Izjava o upotrebi		Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d. izradili su izvještaj su u skladu s GRI standardima za fiskalnu godinu 2024., odnosno u razdoblju od 1. ožujka 2024. do 28. veljače 2025.
Korišteni GRI:		GRI 1: Osnove 2021.
Primjenjivi(i) GRI sektorski(i) standard(i):		Razmotrili smo primjenu GRI sektorskog standarda „GRI 13: Sektori poljoprivrede, akvakulture i ribarstva 2022.“ u izvještajnom razdoblju i zaključili da isti nije primjenjiv zbog poslovnog modela Kauflanda.

GRI 2: Opće objave (2021.)

Odgovorno korporativno upravljanje

Organizacija i njezine prakse izvještavanja

GRI 2-1	Podaci o organizaciji	30-32; 134
GRI 2-2	Subjekti uključeni u izvještavanje organizacije o održivosti	134
GRI 2-3	Razdoblje izvještavanja, učestalost i kontaktna točka	134-135
GRI 2-4	Ponovno navođenje podataka	135
GRI 2-5	Vanjska verifikacija	135

Djelatnosti i zaposlenici

GRI 2-6	Djelatnosti, lanac vrijednosti i ostali poslovni odnosi	32-34; 36	
GRI 2-7	Zaposlenici	121	
GRI 2-8	Radnici koji nisu zaposlenici	121	Podatci su nedostupni/nepotpuni: Baza podataka za informacije samo je djelomično dostupna poduzećima Grupe Kaufland. Razmatra se konsolidirano prikupljanje i osiguravanje kvalitete za buduće izvještavanje.

Upravljanje

GRI 2-9	Upravljačka struktura	35	
GRI 2-10	Imenovanje i odabir najvišeg tijela upravljanja	-	Ograničenja zbog obveze povjerljivosti: Tražene objave o imenovanju i odabiru najvišeg tijela upravljanja poslovna su tajna poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d.
GRI 2-11	Uloga najvišeg tijela upravljanja	35	
GRI 2-12	Uloga najvišeg tijela upravljanja u nadgledanju upravljanja utjecajima	36-39; 40	
GRI 2-13	Delegiranje odgovornosti za upravljanje utjecajima	38-39	

Osnove izvještavanja, opći objavljeni podatci i materijalne teme istaknuti su bojom. Dodatno objavljeni podatci prikazani su na prozirnoj pozadini i nisu označeni.

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar	
GRI 2-14	Uloga najvišeg upravljačkog tijela u izvještavanju o održivosti	38-39	
GRI 2-15	Sukob interesa	-	Podatci su nedostupni/nepotpuni: Trenutačno nema dostupnih podataka o potencijalnim sukobima interesa koji uključuju najviše tijelo upravljanja. Zapošljavanje u poduzeću i odluke donesene u tom kontekstu smiju služiti samo interesima poduzeća. Bilo kakav stvarni ili potencijalni utjecaj privatnih interesa mora se izbjegavati.
GRI 2-16	Komunikacija o ključnim pitanjima	38-39	
GRI 2-17	Kolektivno znanje najvišeg tijela upravljanja	38-39	
GRI 2-18	Vrednovanje učinka najvišeg tijela upravljanja	-	Ograničenja zbog obveze povjerljivosti: Tražene objave o vrednovanju učinka najvišeg tijela upravljanja poslovna su tajna poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d.
GRI 2-19	Politika nagrađivanja	-	Ograničenja zbog obveze povjerljivosti: Tražene objave o politikama nagrađivanja poslovna su tajna poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d.
GRI 2-20	Proces određivanja nagrada	123	
GRI 2-21	Godišnji ukupni omjer naknada	-	Ograničenja zbog obveze povjerljivosti: Tražene objave o ukupnom omjeru godišnje naknade poslovna su tajna poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d.

Strategija, politike i prakse

GRI 2-22	Izjava o strategiji održivog razvoja	5	
GRI 2-23	Preuzete obveze korporativne politike	36-40; 96; 128	
GRI 2-24	Primjena preuzetih obveza	36; 38-40; 128	
GRI 2-25	Postupci za sanaciju negativnih utjecaja	48-49; 61	
GRI 2-26	Mehanizmi za traženje savjeta i izražavanje zabrinutosti	48-49	
GRI 2-27	Usklađenost sa zakonima i propisima	-	Ograničenja zbog obveze povjerljivosti: Tražene objave o kaznama i kršenjima propisa poslovna su tajna poduzeća Kaufland Stiftung & Co. KG i Kaufland Hrvatska k.d.
GRI 2-28	Članstvo u udruženjima	46-49	

GRI 205-2	Komunikacija i tečajevi obuke o antikorupcijskim politikama i postupcima	48
-----------	--	----

Uključivanje dionika

GRI 2-29	Pristup uključivanju dionika	41; 43-45; 49; 61; 130
GRI 2-30	Kolektivni ugovori	123

GRI indeks sadržaja

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar
GRI 3: Materijalne teme (2021.)		
GRI 3-1	Proces određivanja materijalnih tema	40-41
GRI 3-2	Popis materijalnih tema	40-42
Pravilna prehrana		
GRI 3 Materijalne teme (2021.)		
GRI 3-3	Upravljanje materijalnim temama	42; 53-56
Osobna sigurnost kupaca i/ili krajnjih korisnika		
PH: Prerada hrane		
FP5	Udio obujma proizvodnje proizvedenog na lokacijama certificiranim od strane neovisne treće strane u skladu s međunarodno priznatim standardima za sustave upravljanja sigurnošću hrane.	60-61 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Postotak obujma proizvoda proizvedenih na certificiranim lokacijama trenutno nije dostupan. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.
FP6	Udio obujma prodaje koji se odnosi na proizvode sa smanjenim udjelom masti, trans-masti, soli i šećera.	59 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Postotak proizvoda sa smanjenim udjelom masti, trans-masti, soli i šećera trenutno nije dostupan. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.
FP7	Udio ukupnog obujma prodaje koji se odnosi na potrošačku robu, raščlanjen po kategorijama proizvoda koje imaju veći udio sastojaka koji poboljšavaju zdravlje, kao što su vlakna, vitamini, minerali, sekundarne biljne tvari i funkcionalni prehrambeni aditivi.	58-59 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Postotak proizvoda po kategorijama proizvoda koji imaju veći udio sastojaka koji poboljšavaju zdravlje trenutno nije dostupan. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.
Utjecaji povezani s informacijama na kupce i/ili krajnje korisnike		
GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupaca (2016.)		
GRI 416-1	Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost različitih kategorija proizvoda i usluga	60-62
GRI 416-2	Slučajevi neusklađenosti u vezi s utjecajem proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost	62 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Zbog relevantnosti interne kontrole, izvještava se broju povučenih prodajnih artikala u okviru javnih povlačenja proizvoda/robe za vlastite robne marke, a ne o kršenjima propisa i/ili dobrovoljnih kodeksa koji se odnose na utjecaje proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost.
GRI 417: Marketing i označavanje (2016.)		
GRI 417-1	Zahtjevi za informacije o proizvodima i uslugama i označavanje	60-61; 63; 91
Zaštita okoliša		
GRI 3 Materijalne teme (2021.)		
GRI 3-3	Upravljanje materijalnim temama	42; 69-72

Osnove izvještavanja, opći objavljeni podatci i materijalne teme istaknuti su bojom. Dodatno objavljeni podatci prikazani su na prozirnoj pozadini i nisu označeni.

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar
Ublažavanje klimatskih promjena		
GRI 201: Ekonomski učinak (2016.)		
GRI 201-2	Financijske posljedice i drugi rizici i prilike vezani za klimatske promjene	70-71
GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaji (2016.)		
GRI 203-1	Potpomognuta ulaganja u infrastrukturu i usluge	82
GRI 308: Procjena utjecaja dobavljača na okoliš (2016.)		
GRI 308-2	Negativni utjecaji lanca opskrbe na okoliš i poduzete mjere	80; 91 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Kvantitativne objave o broju i postotku dobavljača koji su provjereni s obzirom na utjecaje na okoliš trenutno nisu dostupne. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.
Energija		
GRI 302: Energija (2016.)		
GRI 302-1	Potrošnja energije unutar organizacije	76
GRI 302-3	Energetski intenzitet	76-79
GRI 302-4	Smanjenje potrošnje energije	76
GRI 302-5	Smanjenje energetske potreba proizvoda i usluga	80
Prilagodba klimatskim promjenama		
GRI 305: Emisije (2016.)		
GRI 305-1	Izravne emisije stakleničkih plinova (Opseg 1)	73; 83
GRI 305-2	Neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (Opseg 2)	73; 83
GRI 305-3	Ostale neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (Opseg 3)	73; 83
GRI 305-4	Intenzitet emisija stakleničkih plinova	74; 83
GRI 305-5	Smanjenje emisija stakleničkih plinova	75; 83 Podatci su nedostupni/nepotpuni: Opseg smanjenja stakleničkih plinova (u metričkim tonama CO ekvivalenta) koji se može izravno pripisati specifičnim mjerama smanjenja trenutno se ne može u potpunosti izvjestiti. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje. Izuzeće se odnosi na sva nacionalna poduzeća Kauflanda izvan Njemačke.
Bioraznolikost i ekosustavi (nije materijalna tema - dodatno prijavljeno)		
GRI 304: Bioraznolikost (2016.)		
GRI 304-2	Značajni utjecaji djelatnosti, proizvoda i usluga na bioraznolikost	70-71; 84
GRI 304-3	Zaštićena ili obnovljena staništa	86-89 Nepotpuni podatci: Specifične objave o veličini, lokaciji i statusu zaštićenih ili obnovljenih staništa trenutno nisu dostupne. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.

GRI indeks sadržaja

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar
Očuvanje resursa		
GRI 3 Materijalne teme (2021.)		
GRI 3-3	Upravljanje materijalnim temama	42; 92-95; 97-98
Priljev i korištenje resursa		
GRI 301: Materijali (2016.)		
GRI 301-1	Korišteni materijali po težini ili obujmu	102
GRI 301-2	Korišteni reciklirani ulazni materijali	99-100; 102
GRI 301-3	Preuzeti prodani proizvodi i njihovi ambalažni materijali	99
Otpad		
GRI 306: Otpad (2020.)		
GRI 306-1	Stvaranje otpada i značajni utjecaji vezani uz otpad	104; 106; 110-111
GRI 306-2	Upravljanje značajnim utjecajima vezanim uz otpad	103; 106; 110-111
GRI 306-3	Nastali otpad	106-109
GRI 306-4	Otpad preusmjeren sa zbrinjavanja	106-109
GRI 306-5	Otpad usmjeren na zbrinjavanje	106-109
Jačanje društva		
GRI 3 Materijalne teme (2021.)		
GRI 3-3	Upravljanje materijalnim temama	42; 115-119
Jednak tretman i mogućnosti za sve (dobavljači)		
GRI 407: Sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja (2016.)		
GRI 407-1	Djelatnosti i dobavljači kod kojih bi ostvarivanje prava na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja moglo biti ugroženo	129-130
GRI 408: Dječji rad (2016.)		
GRI 408-1	Djelatnosti i dobavljači sa značajnim rizikom od postojanja slučajeva dječjeg rada	129-130
GRI 409: Prisilni ili obvezni rad (2016.)		
GRI 409-1	Djelatnosti i dobavljači sa značajnim rizikom od postojanja slučajeva prisilnog ili obveznog rada	129-130
GRI 414: Procjena dobavljača po kriteriju utjecaja na društvo (2016.)		
GRI 414-2	Negativni društveni utjecaji u lancu opskrbe i poduzete mjere	128-131

Osnove izvještavanja, opći objavljeni podatci i materijalne teme istaknuti su bojom. Dodatno objavljeni podatci prikazani su na prozirnoj pozadini i nisu označeni.

GRI Standard	Stranica	Izostavljanje/komentar	
Radni uvjeti (vlastita radna snaga)			
GRI 202: Prisutnost na tržištu (2016.)			
GRI 202-1	Raspon omjera standardne početne plaće po spolu u usporedbi s lokalnom minimalnom plaćom	123	
GRI 205: Antikorupcija (2016.)			
GRI 205-2	Komunikacija i obuka o antikorupcijskim politikama i procedurama	48	
GRI 401: Zapošljavanje (2016.)			
GRI 401-3	Roditeljski dopust	122	
GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radu (2018.)			
GRI 403-1	Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radu	124-125	
GRI 403-2	Prepoznavanje opasnosti, procjena rizika i istraga incidenata	124-125	
GRI 403-3	Zdravstvene usluge na radu	125-126	
GRI 403-4	Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zdravlju i sigurnosti na radu	125	
GRI 403-5	Obuka radnika o zdravlju i sigurnosti na radu	125	
GRI 403-6	Promicanje zdravlja radnika	125-126	
GRI 403-7	Prevenција i ublažavanje utjecaja na zdravlje i sigurnost na radu izravno povezanih s poslovnim odnosima	124-125	
GRI 403-8	Radnici obuhvaćeni sustavom upravljanja zdravljem i sigurnosti na radu	124-124	
GRI 403-9	Ozljede na radu	126-127	Podatci su nedostupni/nepotpuni: Detaljni podaci o ozljedama na radu, uključujući učestalost, ozbiljnost, vrstu ozljede i odrađene sate, trenutno nisu dostupni. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.
GRI 403-10	Bolesti povezane s radom	127	
GRI 405: Raznolikost i jednake mogućnosti (2016.)			
GRI 405-1	Raznolikost upravnih tijela i zaposlenika	122	
GRI 405-2	Omjer osnovne plaće i nagrada za žene u odnosu na muškarce	123	Podatci su nedostupni/nepotpuni: Omjer osnovne plaće i nagrada za žene u odnosu na muškarce trenutno se ne bilježi. Razmatra se prikupljanje tih informacija za buduće izvještavanje.

KPI Fact Sheet

Topic field	GRI	Unit	KPI
Good nutrition			
Number of product analysis			
Product analysis private label Food ¹	416-1	NR	19,714
Product analysis private label Non Food	416-1	NR	29
Product analysis fruit & vegetables	-	NR	31,431
Number of product recalls²			
Private label product recalls	416-2	NR	9
of which product recalls private label Food ¹		NR	9
of which product recalls private label Non Food		NR	0
Protect the environment			
GHG emissions - Scope 1, 2 and 3^{3,4,5}			
Scope-1	305-1	tCO ₂ e	354,280
		%	0.98
Fugitive emissions		tCO ₂ e	204,605
Mobile combustion		tCO ₂ e	32,322
Stationary combustion		tCO ₂ e	117,353
Scope-2	305-2	tCO ₂ e	28,410
		%	0.08
District heating		tCO ₂ e	28,410
Electricity (market-oriented)		tCO ₂ e	0
Scope-3	305-3	tCO ₂ e	35,631,891
		%	98.94
Cat. 3.1 Purchased goods and services		tCO ₂ e	30,852,797
Cat. 3.2 Capital goods		tCO ₂ e	290,745
Cat. 3.3 Fuel and energy-related emissions		tCO ₂ e	256,537
Cat. 3.4 Transports (upstream)		tCO ₂ e	1,283,163
Cat. 3.5 Operational waste		tCO ₂ e	61,258
Cat. 3.6 Business travel		tCO ₂ e	26,082
Cat. 3.7 Employee commuting		tCO ₂ e	183,234
Cat. 3.9 Transports (downstream)		tCO ₂ e	0
Cat. 3.10 Processing of the products sold		tCO ₂ e	0
Cat. 3.11 Use of the products sold		tCO ₂ e	1,271,085
Cat. 3.12 Disposal / recycling of sold products		tCO ₂ e	1,406,272
Cat. 3.15 Investments		tCO ₂ e	718
Total		tCO ₂ e	36,014,580

Topic field	GRI	Unit	KPI
Total energy consumption^{5,6}			
Total energy consumption	302-1	MWh	3,133,129.4
from renewable sources		MWh	2,257,872.2
		%	72.1
from non-renewable sources		MWh	875,257.2
		%	27.9
Mobile combustion	302-1	MWh	127,802.4
from renewable sources		MWh	702.8
from non-renewable sources		MWh	127,099.5
Electricity	302-1	MWh	2,262,926.7
from renewable sources		MWh	2,256,269.9
Outsourcing		MWh	2,232,060.1
Self-consumption from self-generation		MWh	24,209.8
from non-renewable sources		MWh	6,656.9
Outsourcing		MWh	0.0
Self-consumption from self-generation		MWh	6,656.9
District heating	302-1	MWh	115,978.9
from renewable sources		MWh	398.6
Outsourcing		MWh	398.6
Self-consumption from self-generation		MWh	0.0
from non-renewable sources		MWh	115,580.3
Outsourcing		MWh	115,580.3
Self-consumption from self-generation		MWh	0.0
Heating oil (non-renewable)	302-1	MWh	40,987.0
Natural gas (non-renewable)	302-1	MWh	580,509.8
Emergency power systems and sprinkler systems	302-1	MWh	4,161.1
from renewable sources		MWh	500.9
from non-renewable sources		MWh	3,660.3

¹ The Food category includes all groceries as well as articles from the near-food sector, e.g. cosmetics, detergents / cleaning agents, flowers and plants.
² This shows the number of unique sales items recalled in public product recalls for private labels. Product withdrawals are not taken into account. All actively listed articles (with listing in at least one market) are included at the end of the FY key date. Excluded are: difference markets, dummy buyer groups, ancillary business (and irrelevant product groups), special items / lot / seasonal articles, displays, sales sets.
³ Analyzed sources for the emission factors: international organizations (e.g. IEA, IPCC), LCA databases (e.g. Ecoinvent, Optimeal), national institutions (e.g. DBEIS / DEFRA) as well as industrial associations and organizations (e.g. Plastics Europe, FEFCO). In order to enable comparability with previous years, the most current available emission factors are sometimes not used for the calculation.
⁴ Due to insignificance, emissions in GHG categories 3.8, 3.13 and 3.14 are not accounted for.
⁵ Slight deviations in the totals are possible due to rounded values.
⁶ If data was not available at the time the report was created, the data from the previous year was assumed.

KPI Fact Sheet

Topic field	GRI	Unit	KPI
Conserve resources			
Recyclable materials and waste by type and recycling method			
Non-hazardous recyclables		t	571,617
Non-hazardous recyclables	306-3	t	570,079
Paper/cardboard/carton	306-3, 306-4, 306-5	t	272,290
Recycling		t	272,253
Reuse		t	21
Thermal utilization		t	16
Incineration		t	0
Other ¹		t	1
Organic recyclable materials	306-3, 306-4, 306-5	t	66,867
Recycling		t	2,805
Reuse		t	1,750
Fermentation		t	58,778
Composting		t	865
Thermal utilization		t	208
Incineration		t	888
Landfilling		t	6
Animal feed		t	1,557
Other ¹		t	11
Plastics	306-3, 306-4, 306-5	t	82,869
Recycling		t	82,474
Thermal utilization		t	343
Incineration		t	25
Landfilling		t	10
Other ¹		t	18
Wood	306-3, 306-4, 306-5	t	11,490
Recycling		t	5,460
Reuse		t	5,907
Composting		t	0
Thermal utilization		t	74
Incineration		t	32
Landfilling		t	6
Other ¹		t	12

Topic field	GRI	Unit	KPI
Textiles	306-3, 306-4, 306-5	t	494
Recycling		t	244
Reuse		t	234
Thermal utilization		t	12
Incineration		t	3
Landfilling		t	0
Other ¹		t	0
Residual waste	306-3, 306-4, 306-5	t	87,762
Recycling		t	3,241
Thermal utilization		t	53,591
Incineration		t	1,811
Landfilling		t	28,490
Other ¹		t	629
Glass	306-2, 306-3, 306-4	t	36,430
Recycling		t	36,400
Landfilling		t	3
Other ¹		t	27
Scrap Metal	306-3, 306-4, 306-5	t	7,574
Recycling		t	7,572
Landfilling		t	0
Other ¹		t	2
Other non-hazardous recyclables	306-3, 306-4, 306-5	t	4,304
Recycling		t	1,179
Reuse		t	275
Thermal utilization		t	8
Incineration		t	1
Landfilling		t	14
Other ¹		t	2,827
Hazardous recyclables ²	306-3	t	1,537

¹ The category "Other" is a collective item that also contains quantities that cannot be clearly assigned to the above categories.

² Hazardous recyclables include, for example, old paints / varnishes, household / industrial batteries, energy-saving lamps, electronic waste, fluorescent tubes, (neon) toners, cleaning agents, acids and alkalis, solvents, spray cans and old fire extinguishers.

KPI Fact Sheet

Topic field	GRI	Unit	KPI
Strengthen society			
Our workforce in numbers^{1,2}			
Total number of employees	2-7	NR	151,764
Temporary		NR	9,215
		%	6.1
Female		%	55.1
Male		%	44.9
Non-binary		%	0.0
Gender not specified		%	0.0
Permanent	2-7	NR	142,549
		%	93.9
Female		%	72.3
Male		%	27.7
Non-binary		%	0.0
Gender not specified		%	0.0
Full-time	2-7	NR	72,144
		%	47.5
Female		NR	45,446
		%	63.0
Male		NR	26,698
		%	37.0
Non-binary		NR	0
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0
Part-time ³	2-7	NR	79,620
		%	52.5
Female		NR	62,756
		%	78.8
Male		NR	16,860
		%	21.2
Non-binary ⁴		NR	4
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.00

Topic field	GRI	Unit	KPI
Employee Diversity^{2,5,6}			
Total workforce	405-1	NR	151,764
		%	100.0
Age group <30 years old		NR	32,452
		%	21.4
Age group 30-50 years old		NR	75,072
		%	49.5
Age group >50 years old		NR	44,240
		%	29.2
Female		NR	108,202
		%	71.3
Male		NR	43,558
		%	28.7
Non-binary ⁴		NR	4
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0
Employees without management role	405-1	NR	143,218
		%	94.4
Age group <30 years old		NR	31,851
		%	22.2
Age group 30-50 years old		NR	68,880
		%	48.1
Age group >50 years old		NR	42,487
		%	29.7
Female		NR	103,701
		%	72.4
Male		NR	39,513
		%	27.6
Non-binary ⁴		NR	4
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0

KPI Fact Sheet

Topic field	GRI	Unit	KPI
Management	405-1	NR	8,370
		%	5.5
Age group <30 years old		NR	601
		%	7.2
Age group 30-50 years old		NR	6,060
		%	72.4
Age group >50 years old		NR	1,709
		%	20.4
Female		NR	4,464
		%	53.3
Male		NR	3,906
		%	46.7
Non-binary		NR	0
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0
Senior Management	405-1	NR	120
		%	0.1
Age group <30 years old		NR	0
		%	0.0
Age group 30-50 years old		NR	93
		%	77.5
Age group >50 years old		NR	27
		%	22.5
Female		NR	30
		%	25.0
Male		NR	90
		%	75.0
Non-binary		NR	0
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0

Topic field	GRI	Unit	KPI
Top Management ⁴	405-1	NR	56
		%	0.0
Age group <30 years old		NR	0
		%	0.0
Age group 30-50 years old		NR	39
		%	69.6
Age group >50 years old		NR	17
		%	30.4
Female		NR	7
		%	12.5
Male		NR	49
		%	87.5
Non-binary		NR	0
		%	0.0
Gender not specified		NR	0
		%	0.0

¹ The number of employees stated here represents the figure used for internal management, which is based on a different employee definition than that used in the annual financial statements. While the annual financial statements report the number of employees (including those on long-term sick leave and maternity leave) as an average of the figures at the end of each quarter of the fiscal year, the internal figure is reported as of the reporting date at the end of the fiscal year. Employees on maternity leave and long-term absentees are excluded from the internal figure.

² The employee figures throughout the table are based on a headcount.

³ Employees working less than 100% of full-time hours are considered part-time employees. If there are no national regulations, part-time work applies to contract hours of less than 163 hours / month.

⁴ The actual value is above 0.0%, but below the rounding threshold of 0.05% and is therefore displayed as 0.0% according to the selected display method.

⁵ For reasons of control relevance, the employee definition used in internal management reporting is used as the basis for the collection and reporting of all specified values, not the definition contained in the annual financial statements. These include full-time / part-time employees, marginal employees, trainees, dual students, seconded employees from abroad, employees on sabbaticals and partial retirement in the active phase, temporary employees such as working students, interns, graduate students and temporary staff (if working hours were provided in the reporting period).

⁶ According to the common understanding, employee categories are broken down as follows: top management = management level I - II, senior management = management level III, management = managers from management level IV - VI without deputy / no specialist level, employees without management function = other employees.

Independent auditor's report on a limited assurance engagement

The assurance engagement performed by EY relates exclusively to the German version of the KPI Fact Sheet of Kaufland Stiftung & Co. KG. The following text is a translation of the original German independent assurance report.

To Kaufland Stiftung & Co. KG, Neckarsulm

We have performed a limited assurance engagement on selected performance indicators in the KPI Fact Sheet of Kaufland Stiftung & Co. KG, Neckarsulm, (hereinafter the "Company"), for the period from 1st of March 2024 to 28th of February 2025 (hereinafter the "non-financial Reporting").

Our engagement exclusively refers to the German pdf version of the KPI Fact Sheet. Not subject to our assurance engagement are other disclosures made in the sustainability report.

CHANGES COMPARED WITH THE MOST RECENT REPORT

The executive directors of the Company are responsible for the preparation of the KPI Fact Sheet, which includes the selected disclosures, with reference to the "GRI Sustainability Reporting Standards" (hereinafter "applicable criteria").

These responsibilities of the Company's executive directors include the selection and application of appropriate methods for the preparation of the non-financial Reporting and making assumptions and estimates about individual non-financial disclosures of the Group that are reasonable in the circumstances. Furthermore, the executive directors are responsible for such internal control as the executive directors consider necessary to enable the preparation of a non-financial Reporting that is free from material misstatement, whether due to fraud (manipulation of the non-financial Reporting) or error.

INDEPENDENCE AND QUALITY ASSURANCE OF THE AUDITOR'S FIRM

We have complied with the German professional requirements on independence as well as other professional conduct requirements.

Our audit firm applies the national legal requirements and professional pronouncements - in

particular the BS WP/vBP ["Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer/vereidigte Buchprüfer": Professional Charter for German Public Accountants/ German Sworn Auditors] in the exercise of their Profession and the IDW Standard on Quality Management issued by the Institute of Public Auditors in Germany (IDW): Requirements for Quality Management in the Audit Firm (IDW QMS 1 (09.2022)) and accordingly maintains a comprehensive quality management system that includes documented policies and procedures with regard to compliance with professional ethical requirements, professional standards as well as relevant statutory and other legal requirements.

RESPONSIBILITIES OF THE AUDITOR

Our responsibility is to express a conclusion with limited assurance on the non-financial Reporting based on our assurance engagement.

We conducted our assurance engagement in accordance with International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): "Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" issued by the IAASB. This standard requires that we plan and perform the assurance engagement to obtain limited assurance about whether any matters have come to our attention that cause us to believe that the Company's non-financial Reporting is not prepared, in all material respects, in accordance with the applicable criteria.

In a limited assurance engagement, the procedures performed are less extensive than in a reasonable assurance engagement, and accordingly, a substantially lower level of assurance is obtained. The selection of the assurance procedures is subject to the professional judgment of the auditor.

In the course of our assurance engagement we have, among other things, performed the following assurance procedures and other activities:

- Gain an understanding of the structure of the sustainability organization, in

- Inquiries of the executive directors and relevant employees involved in the preparation of the non-financial Reporting about the preparation process, about the internal controls related to this process as well as disclosures in the non-financial Reporting,
- Inspection of the relevant documentation of the systems and processes for collecting, aggregating and validating relevant data in the reporting period,
- Identification and assessment of risks of material misstatement in the non-financial Reporting,
- Analytical procedures on selected disclosures in the non-financial Reporting,
- Inquiries, inspection of sample documents and obtaining evidence relating to the collection and reporting of selected disclosures in the non-financial Reporting,
- Evaluation of the presentation of disclosures in the non-financial Reporting.

ASSURANCE CONCLUSION

Based on the assurance procedures performed and the evidence obtained, nothing has come to our attention that causes us to believe that the non-financial Reporting of the Company for the period from 1st of March 2024 to 28th of February 2025 is not prepared, in all material respects, in accordance with the applicable criteria.

RESTRICTION OF USE

We draw attention to the fact that the assurance engagement was conducted for the Company's purposes and that the report is intended solely to inform the Company about the result of the assurance engagement. As a result, it may not be suitable for another purpose than the

above-mentioned. Accordingly, the report is not intended to be used by third parties for making (financial) decisions based on it. Our responsibility is to the Company alone. We do not accept any responsibility to third parties. Our assurance conclusion is not modified in this respect.

GENERAL ENGAGEMENT TERMS AND LIABILITY

The enclosed "General Engagement Terms for Wirtschaftsprüferinnen, Wirtschaftsprüfer and Wirtschaftsprüfungsgesellschaften [German Public Auditors and Public Audit Firms]" as issued by the Institut der Wirtschaftsprüfer [Institute of Public Auditors in Germany] on 01 January 2024 are applicable to this engagement and also govern our relations with third parties in the context of this engagement (ey-idw-aab-en-2024.pdf). In addition, please refer to the liability provisions contained there in no. 9 and to the exclusion of liability towards third parties. We accept no responsibility, liability or other obligations towards third parties unless we have concluded a written agreement to the contrary with the respective third party or liability cannot effectively be precluded.

We make express reference to the fact that we will not update the report to reflect events or circumstances arising after it was issued, unless required to do so by law. It is the sole responsibility of anyone taking note of the summarized result of our work contained in this report to decide whether and in what way this information is useful or suitable for their purposes and to supplement, verify or update it by means of their own review procedures.

Stuttgart, 28th August 2025

EY GmbH & Co. KG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hinderer
Wirtschaftsprüfer
[German Public Auditor]

Rodriguez
Wirtschaftsprüferin
[German Public Auditor]

Impresum

Izdavač

Kaufland Hrvatska k.d.
Donje Svetice 14
10000 Zagreb

Izradu ovog izvještaja koordinirali su Kaufland Hrvatska k.d. i Kaufland Stiftung & Co. KG.

Kontakt

E-mail: komunikacije@kaufland.hr

Odjel odgovoran za izdavanje

Korporativne komunikacije
Kaufland Hrvatska k.d.

Urednički tim

Accenture GmbH, Kronberg, Germany

Dizajn

LOUP GmbH, Stuttgart, Njemačka

Autorska prava na fotografije

Sve ostale fotografije u vlasništvu su ili naručene od strane Kauflanda

Godina izdavanja

2026.

kaufland.hr/djela

komunikacije@kaufland.hr

