ZPRÁVA O UDRŽI-TELNOSTI ZA ROK 2024

Kaufland Česká republika v.o.s.

Obsah

Předmluva CEO 05

01 **ROZHOVORY** 06

Ty nejlepší produkty z vašeho regionu i celé České republiky 08
Efektivní technologie a zelená budoucnost našich prodejen 12
Na cestě k minimálnímu odpadu a maximálnímu využití surovin 16
Špičkové technologie a udržitelné inovace v našem masozávodě 20
Vlna solidarity a chuť měnit naše okolí k lepšímu 24
Podpora nevidomých na jejich cestě k větší samostatnosti 28

02 **SPRÁVA A ŘÍZENÍ SPOLEČNOSTI** 32

Profil skupiny Kaufland 34
Závazek v oblasti udržitelnosti 40
V dialogu s našimi klíčovými partnery 47
Compliance 52

03 **KVALITNÍ STRAVOVÁNÍ** 54

Strategické a operativní cíle 56
Řídicí přístup 57
Podpora pestré a zdravé stravy 62
Udržitelnější alternativy 64

04 **OCHRANA PŘÍRODY** 70

Strategické a operativní cíle 72
Řídicí přístup 73
Snižování emisí skleníkových plynů 76
Provoz šetrný ke klimatu 80
Klimaticky šetrnější dodavatelský řetězec 84
Optimalizace dopravy a logistiky 86
Biodiverzita a půda 88

05 **ŠETRNÉ NAKLÁDÁNÍ SE ZDROJI** 92

Strategické a operativní cíle 94
Řídicí přístup 96
Podpora oběhového hospodářství 100
Snižování množství potravinového odpadu 114

06 **POSILOVÁNÍ SPOLEČNOSTI** 116

Strategické a operativní cíle 118
Manažerský přístup 119
Atraktivní zaměstnavatel 124
Posilování pracovních a lidských práv 132
Sociální angažovanost 136

O této zprávě 138
Index GRI 140
Přehled KPI 146
Zpráva nezávislého auditora 154
Tiráž 156


Kaufland
Kaufland

Vážení čtenáři,

odpovědný přístup k okolnímu světu vnímáme v Kauflandu dlouhodobě jako významnou část našich aktivit, ale také jako samotné jádro naší firemní DNA. Udržitelnost tvoří základní pilíř naší dlouhodobé strategie. Přímo ovlivňuje jednotlivá rozhodnutí, která v rámci našeho podnikání denně činíme.

Když jsem v průběhu roku 2025 přebíral vedení společnosti Kaufland Česká republika, bylo mi ctí navázat na tyto pevné základy a jasně definovanou vizi. Naše filozofie staví na tom, že skutečnou váhu mají pouze reálné výsledky. S hrdostí vám proto představuji zprávu o udržitelnosti za rok 2024 – období, ve kterém náš tým proměnil ambiciózní cíle v hmatatelné a prokazatelné úspěchy.

Rok 2024 s sebou přinesl řadu makroekonomických zkoušek a rychle se měnící tržní prostředí. Pro řadu firem mohly tyto vnější tlaky znamenat ústup od udržitelných aktivit, pro nás v Kauflandu však byly spíše impulsem k tomu, abychom v našem transparentním a akčním přístupu k ESG dále pokračovali a rozšiřovali seznam našich činností. Zodpovědné podnikání totiž nevnímáme jako byrokratickou nutnost, ale jako motor inovací a ideální příležitost k modernizaci našich interních procesů. Naše lokální kroky navíc zůstávají pevnou součástí globální vize Skupiny Schwarz. Plně se hlásíme k mezinárodní iniciativě Science Based Targets (SBTi) a naším jasným dlouhodobým cílem je dosáhnout stavu Net-Zero nejpozději do roku 2050*.

Konkrétní výsledky naší strategie se v roce 2024 projevily napříč celou společností.

V rámci energetické udržitelnosti dále rozšiřujeme instalace fotovoltaických elektráren na střechách našich budov. Důkazem naší dlouhodobé péče o zaměstnance je i skutečnost, že jsme obhájili prestižní titul Top Employer, a to již po sedmé v řadě. Výrazný pokrok jsme zaznamenali v oblasti spolupráce s regionálními dodavateli, kde nám rozšíření sortimentu od lokálních producentů a zkrácení dodavatelských řetězců umožňuje dodávat české výrobky na prodejny v nejvyšší možné kvalitě a čerstvosti. V druhém ročníku projektu Puky pomáhají rozhodli naši zákazníci o rozdělení finanční a materiální podpory přesahující 11 milionů korun pro mladé hokejisty v 89 klubech po celé zemi. Významně jsme posílili také komunitní život ve městech a obcích, kde naše celkové investice za dobu dlouhodobé spolupráce s Nadací Via přesáhly hodnotu 10 milionů korun. Tradiční vánoční sbírka pro Světlušku, projekt Nadačního fondu Českého rozhlasu, překročila historický milník, když souhrnná částka vybraná za všech šest ročníků dosáhla 102 milionů korun. Každý člověk s těžkou vadou zraku tak může najít u Světlušky pomoc. Sílu solidarity jsme potvrdili i při zářijových povodních. Díky zákazníkům a aktivnímu přístupu našich zaměstnanců se na prodejnách za 6 dní vybralo 8 637 900 Kč. Tuto částku jsme navýšili na 10 000 000 Kč a předali České federaci potravinových bank na nákup trvanlivých potravin a hygienických potřeb pro zasažené oblasti.

Zpráva o udržitelnosti pro nás představuje cenné ohlédnutí za uplynulým obdobím a především pevný odrazový můstek pro další inovace na českém maloobchodním trhu.

Jako nový generální ředitel chci společně s celým týmem na tyto silné výsledky navázat a dál posouvat hranice odpovědného podnikání. Moje upřímné poděkování patří našim zaměstnancům za jejich mimořádné nasazení, obchodním partnerům za sdílení našich hodnot a vám, našim zákazníkům, za dlouhodobou důvěru. Právě vaše volba u nákupních regálů nám dává sílu dokazovat, že v Kauflandu o budoucnosti jen nemluvíme, ale že o ní rozhodují naše činy.

S přátelským pozdravem,



Sven Reinhard
Generální ředitel
Kaufland Česká republika v.o.s.

* Net-Zero označuje cíl snížit emise skleníkových plynů v celém hodnotovém řetězci na minimum. Jelikož se vědecky předpokládá, že i po výrazném úsilí o redukci určité zbytkové emise zůstanou, je nutné je neutralizovat prostřednictvím řešení pro odstraňování uhlíku v rámci hodnotového řetězce nebo mimo něj (např. technickými záchyty CO_2).



01 ROZHOVORY

Prostřednictvím rozhovorů s našimi zaměstnanci a partnery představujeme klíčové kroky v oblasti udržitelnosti. Nahlédněte do fungování moderních technologií prodejen, oběhového hospodářství, inovací v masozávodě či rozvoje lokálních produktů. Zjistěte, jak podporujeme komunity, bořímе bariéry a přinášíme konkrétní pomoc tam, kde je to nejvíce potřeba*.

* Rozhovory se zaměstnanci proběhly v červenci 2026. Uvedená data a informace odpovídají tomuto období.



TY NEJLEPŠÍ PRODUKTY Z VAŠEHO REGIONU I CELÉ ČESKÉ REPUBLIKY

V Kauflandu věříme, že se kvalita ukrývá pod rukama našich regionálních dodavatelů. Proto u nás aktuálně najdete poctivé lokální produkty ze všech koutů České republiky. Regionální nabídka znamená pro Kaufland především přímou podporu lokálních výrobců a rozvoj domácí ekonomiky v jednotlivých oblastech.

Ruku v ruce s tím jdou i naše privátní značky, v čele s tradiční českou privátní značkou K-Jarmark. Přímá spolupráce s českými výrobci nám dává možnost přímo ovlivňovat výběr surovin, garantovat vysokou kvalitu a prosazovat principy udržitelnosti v celém dodavatelském řetězci.

O tom, jak naši partneři hodnotí vzájemnou spolupráci, v čem tkví jedinečnost kvalitních produktů K-Jarmark a jak reagujeme na moderní trendy v nákupním chování, říká více ***Blanka Bogel,*** *vedoucí oddělení nákupu čerstvých potravin společnosti Kaufland ČR.*



Blanka Bogel, vedoucí oddělení nákupu čerstvých potravin společnosti Kaufland ČR

Kaufland se v posledních letech zaměřuje na rozšiřování spolupráce s regionálními dodavateli. Jak tito partneři naši vzájemnou spolupráci hodnotí?

Naši regionální dodavatelé hodnotí spolupráci velmi pozitivně. Oceňují především náš aktivní zájem o neustálé rozšiřování nabídky lokálních produktů a fakt, že společně s nimi pracujeme na optimalizaci jejich skladby. Spolupráce s velkým řetězcem je pro ně zároveň zdravou výzvou v oblasti logistiky a kontroly kvality. Právě tyto nároky však vnímají jako vítaný impuls, který jim pomáhá v dalším rozvoji a trvalém zvyšování standardů jejich vlastního podnikání.

O jaké regionální produkty mají zákazníci největší zájem?

Jsme národ pivařů, a proto u našich zákazníků dlouhodobě bodují produkty z řemeslných a malých regionálních pivovarů. Velké oblibě se těší také čerstvé mléčné výrobky, jako jsou sýry, jogurty nebo tvarohy z lokálních farem. Naším krédem je však respekt k lokálním specifikům – co region, to trochu jiné zákaznické preference. Právě proto nabídku i spolupráci s dodavateli stavíme vždy „na míru" dané oblasti. Zatímco v jednom kraji lidé vyhledávají konkrétní uzeniny, v jiném to jsou zrající sýry nebo regionální speciality, které mají v daném místě silnou tradici.

Vlevo dole: **Středočeský kraj: BRAMKO CZ – dodavatel čerstvé zeleniny.**

Vpravo dole: **Prezentace regionálních produktů na prodejně.**







Nahoře:
Kraj Vysočina: BIOFARMA DoRa – dodavatel mléčných výrobků.

Dole: **Kraj Vysočina: Uzenářství a lahůdky Sláma – dodavatel masných výrobků.**

V čem spočívá jedinečnost privátní značky K-Jarmark a kolik produktů pod tímto označením aktuálně nabízíme?

Naše privátní značka K-Jarmark je postavena na pevném slibu vysoké kvality od českých výrobců. Unikátnost této značky spočívá v její naprosté otevřenosti vůči zákazníkovi. Jako jediní na trhu v takové míře uvádíme přímo na obalech pečeť, která garantuje konkrétního domácího výrobce. Zákazník tak přesně ví, z jaké pekárny, mlékárny nebo masny jeho produkt pochází, přičemž všechny produkty pod touto značkou jsou vyráběny výhradně v České republice. Aktuálně spolupracujeme s více než 80 českými dodavateli, díky čemuž nabízíme přes 350 různých artiklů napříč celým sortimentem. Věříme, že transparentnost je nejvyšší formou kvality. Tím, že uvádíme jména našich výrobců, dáváme zákazníkům možnost podpořit konkrétní české firmy a jejich poctivé řemeslo.



Některé produkty nesou označení „Ryzí chuť". V čem je tato řada specifická?

Jedná se o prémiovou výrobkovou řadu uzenin, která dokonale spojuje tradiční, poctivé řeznické řemeslo s nejmodernějšími výrobními postupy. Základním pilířem řady „Ryzí chuť" je použití prvotřídních surovin a důraz na vysoký obsah masové složky. K zachování typické barvy a prodloužení trvanlivosti využíváme výhradně sílu přírody. K dosažení špičkové chuti a vlastností nám pomáhají speciální směsi koření a přírodní aromata. Jde o produkty pro zákazníky, kteří vyhledávají maximální kvalitu.

Jaké jsou aktuální trendy v nákupním chování spotřebitelů?

Dnešní zákazník je velmi dobře informovaný a při nákupu postupuje racionálně. Rozumí tomu, že naše vlastní značky představují ideální synergii mezi špičkovou kvalitou a výhodnou cenou. Tento trend vnímáme jako potvrzení naší dlouhodobé strategie: nabízet produkty, které jsou srovnatelné nebo i lepší než značkové varianty. Pro naše zákazníky je dnes vlastní značka první volbou, která je založená na hluboké důvěře a reálné zkušenosti s její vysokou jakostí.



Jaké produkty máme v nabídce pro osoby s potravinovou intolerancí?

Pokud hledáte potraviny s plnou a bohatou chutí, ale zároveň s maximálním respektem k vašemu zdraví, určitě doporučuji zaměřit se na naši vlastní značku K-Free. Nabízíme pestrý sortiment od pečiva až po mléčné výrobky, které jsou kvalitní a cenově dostupné. Naším cílem je, aby specifické nutriční potřeby znamenaly pro zákazníky pestrý a plnohodnotný jídelníček. Tyto produkty jsou navrženy tak, aby si z nich vybral skutečně každý, kdo se potýká s potravinovou intolerancí.

Nahoře: **Plzeňský kraj: GOODY77 – dodavatel masných produktů.**

Dole: **Kraj Vysočina: Pivovar Pelhřimov.**





EFEKTIVNÍ TECHNOLOGIE A ZELENÁ BUDOUCNOST NAŠICH PRODEJEN

Jak skloubit dynamický rozvoj obchodní sítě s maximální ohleduplností k životnímu prostředí? Ukazujeme, že moderní prodejny mohou fungovat jako efektivní a udržitelné ekosystémy.



Fotovoltaická elektrárna na centrálním skladu v Praze-Modleticích.

O tom, jak v praxi funguje rekuperace tepla, kde všude vyrostou nové fotovoltaické elektrárny nebo co pro nás znamená prestižní mezinárodní certifikace EDGE, hovoří ***Tomáš Dadej****, vedoucí oblasti rozvoje nemovitostí Kaufland ČR.*

Kolik objektů Kauflandu v České republice má v současnosti na střeše fotovoltaickou elektrárnu? Jaký je plán pro další rozvoj této infrastruktury?

V současné době disponuje fotovoltaickým systémem (FVE) osm našich obchodních domů a dva centrální sklady. To je ale teprve začátek. O našem záměru tuto oblast intenzivně rozvíjet svědčí jasný fakt: systémy FVE budou automaticky součástí všech našich nových obchodních domů. Souběžně s tím navíc připravujeme koncepci, jak fotovoltaiku postupně nasadit i na další naše současné prodejny.

Jak funguje princip rekuperace odpadního tepla na našich prodejnách?

Celý princip spočívá v tom, že efektivně zachycujeme teplo, které přirozeně vzniká při chlazení potravin, a plně ho využíváme k vytápění prodejny. Na všechny nové pobočky a při rekonstrukcích nově osazujeme pokročilý systém (tzv. WRG modul), což je speciální deskový výměník. Ten dokáže zachytit a převést do topného systému jak teplo z chladicího a mrazicího nábytku, který vidí zákazníci přímo na prodejní ploše, tak i zbytkové teplo z kompletní chladící technologie v zázemí. Energetický potenciál prodejny využíváme opravdu na maximum.

Co znamená pro Kaufland získání certifikace EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies)?

Získání této mezinárodní certifikace pro nás má velký význam hned v několika rovinách:

- Důkaz ekologického stavitelství: Certifikát slouží jako hmatatelné potvrzení, že naše budovy projektujeme a stavíme s reálným ohledem na ekologii a dlouhodobou udržitelnost.
- Prestiž a unikátní postavení: Jako jeden z mála obchodních řetězců na trhu disponujeme tímto mezinárodním uznáním, což nás jasně odlišuje od konkurence a řadí mezi lídry v oboru.
- Příslib pro budoucnost: Je to jasný vzkaz, že naši strategii udržitelnosti myslíme vážně a plníme ji v praxi. Naše závazky tak mají reálné výsledky.
- Nezávislé potvrzení naší poctivosti: Společně s reporty udržitelnosti je EDGE dalším nástrojem transparentnosti. Externí hodnocení potvrzuje, že dlouhodobě stavíme naše budovy poctivě a podle nejvyšších standardů.

Jaké udržitelné technologie by do budoucna mohly být zajímavé pro obchodní řetězec Kaufland?

Celkově se intenzivně zabýváme tím, jakou formou a jak efektivně vytápíme a chladíme naše prodejny. Na posledních pobočkách jsme přešli na nejnovější typ technologie, která kombinuje výhody průmyslového tepelného čerpadla a zpracování zbytkového tepla z chladicích agregátů. V samotné výstavbě jsou pak na vzestupu různé typy recyklovaných materiálů a také zpracování maxima možného odpadu z demolic přímo na staveništi.

Jaká je návratnost LED osvětlení, které máme ve všech budovách?

Pohybuje se mezi 3 až 5 lety v případě celkové výměny za nové osvětlení. Pokud měníme jen trubice ve stávajících světlech, pak je to zhruba jeden rok. Aktuálně se však zaměřujeme na kompletní modernizaci osvětlení našich prodejen. To je totiž výrazně úspornější a celou prodejnu krásně prosvětlí, což podstatně zlepšuje i zákaznický zážitek z nakupování.



Rychlodobíjecí stanice pro elektromobily u prodejny Kaufland.





Kolik procent našich prodejen má nabíječky pro elektromobily? Kdy jimi budou pokryty všechny prodejny?

Zde se můžeme pyšnit stoprocentním úspěchem. Nabíjecí stanice máme k červnu 2026 už na všech našich prodejnách. Ve většině případů jde minimálně o dva sloupy s výkonem 50 kW. Na 20 prodejnách navíc máme i rychlé hypercharger nabíjení, což majitelé současných elektromobilů nesmírně oceňují a tato služba se v našem segmentu stává již jasným standardem.

Na kolika prodejnách máme takzvanou zelenou střechu?

V současné době se tyto střechy nacházejí na šesti našich obchodních domech – konkrétně v lokalitách Praha–Stodůlky, Třeboň, České Budějovice–Vltava, Mariánské Lázně, Kladno a Karviná.

Zelené střechy přinášejí celou řadu ekologických výhod. Efektivně brání přehřívání budov, výrazně snižují teplotní výkyvy, skvěle drží vodu v krajině a čistí vzduch zachycováním polétavého prachu v okolí. Vedle této ekologické a estetické funkce navíc poskytují vítané útočiště pro ptactvo a drobné živočichy. Proto tento trend hodláme i nadále rozvíjet.

Jakým způsobem zachycujeme u prodejen dešťovou vodu?

Způsobů zpracování dešťové vody existuje celá řada. Obecně vzato je nejběžnějším řešením její zachycení do retenčních nádrží, ze kterých pak voda vyúsťuje do suchého poldru, kde se přirozeně odpaří, potažmo jsou tyto vody odčerpávány do kanalizace podle povolených limitů sekundových litrů. Abychom vodu udrželi přímo v krajině, využíváme vsakovací dlažbu na parkovištích nebo zelené střechy na budovách. Dešťovou vodu lze samozřejmě využívat i v rámci vnitřního chodu obchodního domu, přičemž toto pokročilé řešení aktuálně užíváme na naší prodejně v Rakovníku.

Zelené střechy jsou součástí vybraných prodejen.



Díky rekuperaci vytápíme prodejny odpadní teplem z chladicích systémů.

NA CESTĚ K MINIMÁLNÍMU ODPADU A MAXIMÁLNÍMU VYUŽITÍ SUROVIN

V Kauflandu věříme, že odpovědný přístup začíná u efektivního nakládání se zdroji. Proto u nás hraje klíčovou roli logistika i kompletní management odpadů a druhotných surovin. Správné nastavení a neustálá optimalizace procesů pro nás znamená především prevenci vzniku odpadu a hledání nových postupů recyklace. Ruku v ruce s tím jde i zefektivnění partnerství s Českou federací potravinových bank a unikátní spolupráce se zoologickými zahradami, farmáři či myslivci. Tyto kroky nám umožňují efektivně využít a darovat tisíce tun potravin, které již nesplňují standardy pro vystavení na prodejní ploše, ale jsou bezpečně spotřebovatelné nebo vhodné ke zkrmení zvířaty.

Foto: Šárka Jelenová

*O tom, jak probíhá propojení našeho provozu s partnery, co přinesla detailní analýza odpadu na vybraných prodejnách a jak v rámci projektu Road to Zero Waste úspěšně uzavíráme materiálovou smyčku, říká více **Jakub Polášek**, manažer odpadového hospodářství společnosti Kaufland ČR.*



Foto: Šárka Jelenová

Jakub Polášek, manažer odpadového hospodářství společnosti Kaufland ČR

Co všechno si můžeme představit pod pojmem odpadové hospodářství?

Kompletní management odpadů a druhotných surovin, které u nás na prodejnách, v logistických centrech a masozávodu vznikají. Mým úkolem je nacházet co nejlepší řešení, včetně nových postupů, druhů zpracování a hledání odbytu pro materiály, které dříve vyžadovaly komplexnější přístup k recyklaci. Odpadové hospodářství zahrnuje i spolupráci s potravinovými bankami či myslivci a zoologickými zahradami, kterým předáváme produkty ke zkrmení zvířatům.

V posledních letech došlo k zefektivnění spolupráce s Českou federací potravinových bank. Čemu to přisuzujete?

Systematickému propojování našich provozoven s regionálními pobočkami potravinových bank. V každém regionu proběhlo několik osobních setkání za účasti ředitelů našich prodejen, oblastních vedoucích a zástupců potravinových bank. Cílem bylo navázání osobních kontaktů a definování provozních potřeb i budoucího potenciálu spolupráce. S odstupem několika měsíců jsme tato setkání zopakovali, abychom partnerství vyhodnotili a dál rozvinuli. Tento přístup vedl k významnému navýšení objemu darovaných produktů.

Co nejčastěji darujeme potravinovým bankám?

Darujeme zejména pečivo, ovoce a zeleninu. Jedná se o výrobky, které již nesplňují standardy pro vystavení na prodejní ploše, ale jsou v domácnostech bezpečně spotřebovatelné. Právě na tyto produkty se primárně zaměřujeme. Nově jsme spolupráci rozšířili také o chlazené potraviny, jelikož potravinové banky již disponují potřebným logistickým zázemím pro jejich včasné zpracování. Dále darujeme veškerý sortiment s poškozeným obalem, který je však z hlediska konzumace naprosto bezpečný. V neposlední řadě předáváme zboží, jež nelze uvést do běžného prodeje například z důvodu chybějící české jazykové mutace na obalu.



Foto: Šárka Jelenová

Spolupracujeme také s Městskými lesy Hradec Králové.

Pro Kaufland je unikátní spolupráce se zoologickými zahradami, farmáři a myslivci. Na kolika prodejnách s nimi spolupracujeme a kolik tun potravin jim ročně předáme?

Spolupráci máme navázanou na přibližně 140 prodejnách, přičemž za poslední rok se nám takto podařilo úspěšně předat 3 640 tun potravin. Dlouhodobě vykazujeme stabilní výsledky, kdy 40 až 50 % objemu potravin, které již nelze prodat, efektivně využijeme prostřednictvím darování potravinovým bankám nebo ke zkrmení zvířaty. Zbývající podíl pak směřuje k dalšímu energetickému a ekologickému zhodnocení v bioplynových stanicích a kompostárnách.

V uplynulých měsících proběhla analýza odpadu na vybraných prodejnách. Přinesly její výsledky nějaká zajímavá zjištění?

Data potvrdila naše předpoklady. Díky vysoké kvalitě třídění přímo na prodejnách tvoří celých 30 % našeho směsného odpadu odpad z parkovišť. Dále jsme zjistili, že bude přínosné zintenzivnit spolupráci s některými koncesionáři a požadovat od nich stejnou kvalitu třídění, jaká probíhá v našem vlastním provozu.



Foto: Šárka Jelenová



Foto: Šárka Jelenová

Co všechno Kaufland třídí?

Naše objemy vytříděných surovin jsou velmi významné. Ročně vytřídíme 23 500 tun papíru, 2 000 tun plastů a 8 100 tun organického odpadu. V rámci plastů je nezbytné separovat suroviny na několik frakcí, neboť pro efektivní recyklaci musíme jednotlivé materiály držet odděleně. Třídíme čirou LDPE fólii využívanou k balení palet, samostatně vyčleňujeme polypropylenové kbelíky od květin a další plastovou složku tvoří polystyrenové a PET podložky od květináčů. Nově jsme v distribučních centrech zavedli také třídění vázacích pásek, které fixují kartony na paletách. Ze všech provozoven navíc stahujeme zpět na distribuční centra dřevěné bedýnky a jednorázové palety, jež následně odesíláme k recyklaci. Standardem je pro nás také sběr skla a kovů. Veškerý masný odpad pak předáváme do bioplynových stanic, kde se z něj vyrábí ekologický plyn a elektrická energie.

Má naše společnost navázanou nějakou zajímavou spolupráci v rámci cirkulární ekonomiky?

Ano, část našeho vytříděného plastového materiálu dodáváme partnerské společnosti, která z této suroviny následně vyrábí odpadkové pytle pro náš vlastní provoz. Jedná se o skvělý příklad uzavírání materiálové smyčky přímo v rámci našich interních procesů.



Jaké budou trendy v oblasti odpadového hospodářství v následujících letech?

Z pohledu naší společnosti bude klíčovým milníkem projekt Road to Zero Waste, v němž usilujeme o získání stříbrné medaile. Ta potvrzuje, že více než 90 % našeho odpadu dokážeme stoprocentně zhodnotit – primárně v rámci prevence darováním do potravinových bank a ke zkrmení zvířatům, případně následným zpracováním v kompostárnách, bioplynových stanicích a recyklačních závodech. Iniciativa na firemní úrovni navíc doplňuje širší tržní kontext. V rámci celé České republiky je hlavním tématem postupný odklon od skládkování do roku 2030, což si vyžádá transformaci všech odpadových společností a výrazně ovlivní celkovou ekonomiku třídění. Současně je před námi legislativní vývoj kolem zálohování PET lahví a plechovek. Vzhledem ke směrnicím Evropské unie, které požadují vytřídění vysokého procenta nápojových obalů, směřujeme naše další strategické kroky právě tímto směrem.

V rámci optimalizace jsme na prodejnách snížili množství zásob u méně frekventovaných produktů.

Vlevo dole: **Automat na zpětný odběr PET lahví a plechovek.**

Vpravo dole:
Z vlastního plastového odpadu vyrábíme pytle.





ŠPIČKOVÉ TECHNOLOGIE A UDRŽITELNÉ INOVACE V NAŠEM MASOZÁVODĚ



Propojit vysoké potravinářské standardy s maximální ochranou životního prostředí je pro moderní provoz klíčovou výzvou. Náš masozávod ukazuje, že ekologické inovace, jako je rekuperace odpadního tepla nebo ambiciózní projekty na recyklaci vody, jdou ruku v ruce s plynulým zásobováním prodejen.

Vlevo: **Díky moderním technologiím šetříme energie.**

O tom, jak náš provoz splňuje přísná kritéria standardů BAT, jak funguje logistický režim just-in-time a jak v praxi pomáhá vlastní laboratoř garantovat nejvyšší kvalitu, hovoří ***Michal Císař****, vedoucí oblasti životního prostředí a bezpečnosti práce Masozávodu Kaufland ČR.*

Náš masozávod splňuje náročné standardy energetického a ekologického auditu a inovuje dle nařízení BAT (Best Available Techniques). Jak výjimečná je tato úroveň certifikace v rámci českého masozpracovatelského průmyslu a jaké konkrétní nároky to klade na provoz?

Většina zpracovatelů masa v České republice musí mít integrované povolení, což klade samo o sobě nejvyšší možné nároky na úroveň ochrany životního prostředí. Pro náš masozávod to v kombinaci s provozem vlastní čistírny odpadních vod znamená, že musíme splňovat ty nejpřísnější možné standardy na kvalitu vypouštěné vody. Díky implementaci BAT pravidelně inovujeme naše vybavení. Všechny zmíněné aktivity pak vytvářejí robustní systém ochrany přírody a podporují udržitelnost v našem masozávodu.

Jaké zajímavé udržitelné technologie se v našem masozávodu využívají?

Odpadní teplo z chladicích technologií využíváme k předehřevu vody pro noční sanitaci. Máme otevřené další velmi inovativní projekty – například využití tepla z odpadní vody a rekuperaci do zpětného ohřevu. Náš nejnovější a nejmodernější projekt se zaměřuje na recyklaci odpadní vody. Pomocí speciální technologie ultrafiltrace a reverzní osmózy ji chceme proměnit na vodu užitkovou, kterou následně využijeme při noční sanitaci. Tento projekt by byl první svého druhu v potravinářské výrobě v ČR.

Dole: **Kontrola kvality je důležitou součástí našeho masozávodu.**





Jak se v masozávodu daří skloubit moderní technologie s tradičním řeznickým řemeslem?

Moderní technologie jsou základem zachování tradičního řeznického řemesla. Naši učni pracují s nejmodernějšími stroji, které jim pomáhají zvyšovat efektivitu, zajišťují maximální bezpečnost a usnadňují každodenní práci. Současná špičková produkce se plně opírá o nejvyšší potravinářské standardy, na kterých zakládáme naši odbornost. Vedoucí zaměstnanci pravidelně navštěvují různé veletrhy v Evropě, kde hledají inspiraci pro neustálé vylepšování provozu našeho masozávodu.



Náš masozávod funguje v režimu just-in-time objednávek. Jak tento logistický řetězec funguje v praxi a jakým způsobem se předchází vzniku potravinového odpadu?

Moderní zásobovací řetězec klade obrovské nároky na rychlost a kvalitu. Obě podmínky splňujeme tím, že naše výrobky putují zpracováním jen po nezbytně nutnou dobu. V praxi to znamená, že pokud dnes prodejna objedná určité zboží, kterého má na pultech menší množství, u nás se ta objednávka zítra zpracuje a ještě večer odjíždí na prodejnu. V noci se naskladní do regálu a zákazník ji má další den k dispozici – celý proces od objednání po vystavení tak proběhne přibližně za 24 hodin.

Potravinový odpad je v průběhu celého procesu minimalizován. Na každou surovinu, kterou sami dále nevyužijeme, máme partnerského odběratele, který ji dokáže efektivně zpracovat. Jako skutečný odpad tedy u nás označujeme pouze takový materiál, který již vyžaduje finální likvidaci.

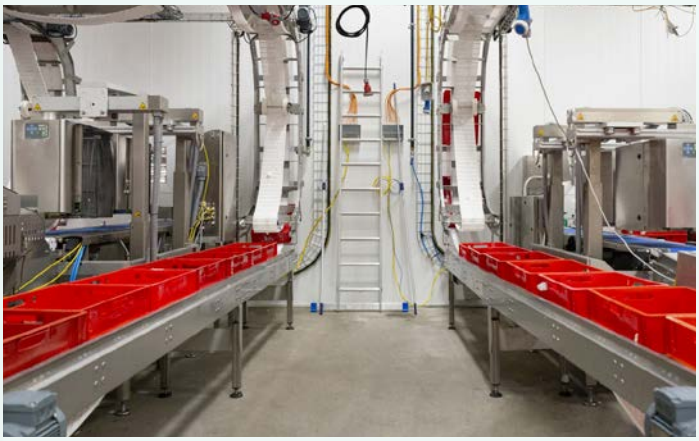


Jaká technologie se využívá k čištění odpadních vod z masozávodu?

Disponujeme vlastní dvoustupňovou čistírnou odpadních vod, která dokáže v návaznosti na nasazení nejmodernější techniky dosáhnout vysoké efektivity čištění – u některých parametrů dokážeme odstranit až 99 % znečišťujících látek. U obou stupňů jsou nasazeny technologie, které přesně odpovídají standardům BAT. Nově budeme testovat dávkování speciálních látek, které pomohou odstraňovat mikropolutanty v odpadní vodě, což představuje budoucnost v oblasti čištění odpadních vod.

V masozávodu funguje vlastní laboratoř. V čem spočívá její unikátnost a jak pomáhá?

Vlastní laboratoř je unikátním vybavením, díky kterému můžeme zákazníkům garantovat maximální kvalitu našich produktů. Přímo na příjmu zboží odebereme vzorek z dodávané šarže podle vlastních interních předpisů a pošleme jej do laboratoře. Ta vzorek obratem vyhodnotí a v případě splnění našich přísných příjmových kritérií uvolní surovinu pro naskladnění. Do výroby se tak dostane pouze stoprocentně vyhovující surovina, čímž motivujeme naše dodavatele k neustálému navyšování kvality.





VLNA SOLIDARITY A CHUŤ MĚNIT NAŠE OKOLÍ K LEPŠÍMU



Podpora smysluplných aktivit na místní úrovni a rozvoj sousedských vztahů tvoří základní pilíře naší společenské odpovědnosti. Díky dlouhodobému partnerství s Nadací Via pomáháme lidem po celém Česku přetvářet veřejné prostory, zakládat komunitní zahrady a vdechovat život originálním regionálním nápadům.

O společně realizovaných projektech, síle občanské solidarity i o tom, jak dokáže obyčejný lidský zájem proměnit každodenní život v malých obcích, hovoří ***Zdeněk Mihalco****, výkonný ředitel Nadace Via.*



V čem Vás baví spolupráce s Kauflandem?

Spolupráce je zcela partnerská, se společným cílem: podpořit smysluplnou aktivitu lidí na místní úrovni, kteří díky podpoře od Kauflandu mohou posouvat k lepšímu život v místě, kde žijí. Právě tato partnerská spolupráce nadace a odpovědné firmy je z mého pohledu základem pro to, aby podpora měla skutečný dopad.

Co jsme společně dokázali za dobu spolupráce?

Jde už o neuvěřitelných 250 podpořených projektů po celém Česku v celkové výši přesahující 15 milionů korun. Za každým z těch projektů se skrývá jeden příběh lidí, kteří společně dokázali zlepšit život v místě, kde žijí. Jsou to příběhy optimistické, smysluplné, mnohdy i dojemné. Ukazují, že je v naší společnosti obrovská vlna solidarity a chuti pomáhat.

Zdeněk Mihalco, výkonný ředitel Nadace Via

NADACE VIA



V Želevicích se u řeky Ohře obnovila přírodní naučná stezka.



Spolek Budil pokračuje v rozvoji zachráněného sadu a obnovují místní včelařskou tradici.

Kolik projektů podpořila Nadace Via za 28 let své existence?

Už je to přes deset tisíc. A číslo rychle roste. V posledních letech díky našim dárcům a partnerům každoročně podpoříme stovky projektů. Naším cílem je zanechat každý rok stopu v nejméně 5 procentech obcí Česka.

Vybavíte si nějaký komunitní projekt, který Vám byl osobně nejbližší?

Několikrát jsem navštívil například středočeskou obec Ratenice, kterou vede zapálený a kompetentní starosta a je tam aktivní spolek Ratenická včela. Organizuje řadu akcí i vytváří nové tradice. Ze zajímavostí bych zmínil, že například vytvořil sloup na památku obětí koronavirové pandemie. V obci je řada aktivních lidí, kteří vytvářejí lepší místo k životu. A to i díky podpoře Kauflandu. Je to místo, které ukazuje, že díky lidem se ve zcela obyčejné vsi může žít mnohem lépe než jinde, a to díky aktivitě místních.

V Stříteži vybudovali z finančního daru "živý stolní fotbálek", který se mezi místními těší velké popularitě.



Který podpořený projekt Vás osobně nejvíce zaujal svou unikátností či kuriózností?

Lidé celého Česka mají spoustu originálních nápadů. A některé z nich skutečně dokáží lidi spojit. V rámci spolupráce s Kauflandem jsme například podpořili vybudování „živého stolního fotbálku" v obci Střítež, kde vytvořili speciální dřevěnou konstrukci s mantinely a plastové fotbalisty nahrazují živí hráči. Podobné projekty rozhodně nejsou obvyklé, ale občas se objeví a dokáží překvapivě stmelit místní komunitu.



Dá se říct, které druhy komunitních projektů v Nadaci Via nejčastěji podporujete?

Typicky jde o společná místa pro setkávání. Principem je, že komunita se společně podílí na přetváření daného prostoru, který dál využívá. Díky spolupráci s Kauflandem podporujeme také značné množství komunitních zahrad po celém Česku.



Kolik komunitních projektů ročně v Nadaci Via podpoříte?

Pokud sečteme všechny podpořené projekty a podpořené místní lídry, přesahuje podpora číslo 700.

250
společně podpořených projektů po celém Česku v celkové výši přesahující
15 milionů korun

Nahoře:
Díky grantu byla podpořena také komunitní zahrada v Brně – Židenicích.

Dole:
V Rozstáni to žije komunitními akcemi. Díky nám pořídí chybějící vybavení pro bohatý kulturní a společenský život.

PODPORA NEVIDOMÝCH NA JEJICH CESTĚ K VĚTŠÍ SAMOSTATNOSTI



Společně se Světluškou, dlouhodobým projektem Nadačního fondu Českého rozhlasu, rozvíjíme smysluplnou spolupráci, která boří bariéry mezi veřejností a lidmi se zrakovým hendikepem. Klíčovými pilíři našich společných aktivit jsou tradiční Vánoční sbírka pro Světlušku a Fond Kaufland.

*Naším společným cílem je pomáhat nevidomým a slabozrakým lidem k plnohodnotnějšímu životu, rovněž i organizacím, které je podporují. Více o partnerství hovoří **Jiří Váňa**, ředitel Nadačního fondu Českého rozhlasu.*



Jiří Váňa, ředitel Nadačního fondu Českého rozhlasu, pod který spadají projekty Světluška a Ježíškova vnoučata

V čem vás baví spolupráce s Kauflandem?

Na spolupráci s Kauflandem si nejvíce vážím toho, že nejde o klasický vztah dárce a obdarovaný. Je to partnerství, které má mnoho vrstev – od zapojení zaměstnanců Kauflandu do akcí pořádaných Světluškou až po dlouhodobou pomoc konkrétním lidem se zrakovým hendikepem i organizacím v regionech. Baví mě, že společně hledáme způsoby, jak téma zrakového hendikepu přirozeně přibližovat veřejnosti, bez patosu, ale s respektem a konkrétním dopadem. Kaufland nám pomáhá dostávat Světlušku blíž k lidem po celé republice – a zároveň ukazuje, že pomoc může být součástí běžného života.



V Kauflandu podporujeme i projekt Kavárny POTMĚ.



Zaměstnanci Kauflandu se pravidelně účastní Nočních běhů pro Světlušku.

Co jsme společně dokázali za dobu spolupráce?

Za sedm let se podařilo vybudovat silné partnerství, které každoročně vrcholí Vánoční sbírkou pro Světlušku ve všech prodejnách Kaufland. Díky nákupu vánočních jmenovek zákazníci pomáhají lidem se zrakovým postižením na cestě k větší samostatnosti. Společně jsme za sedm let prostřednictvím vánoční sbírky shromáždili 122 000 000 korun. Tyto prostředky putují do Fondu Kaufland a následně pomáhají jednotlivcům i organizacím – například s pořízením kompenzačních pomůcek, vzděláváním, asistenčními službami nebo různými projekty, které zlepšují dostupnost pomoci v regionech. Pro nás je důležité, že nejde jen o jednorázovou sbírku, ale o dlouhodobou podporu, díky které můžeme podpořit v podstatě jakoukoliv relevantní žádost, která k nám doputuje.

Kolik lidí se zrakovým hendikepem v ČR žije?

Podle údajů Českého statistického úřadu žije v České republice přibližně 80 tisíc lidí s těžkým postižením zraku. Je dobré dodat, že jde o velmi různorodou skupinu – od lidí s těžkou slabozrakostí až po osoby s úplnou ztrátou zraku. Každý z nich má jiné potřeby a vyžaduje jinou míru podpory. Právě proto je důležité, aby pomoc nebyla striktně limitovaná, ale co nejvíce odpovídala konkrétní životní situaci člověka.

Jak mohou zrakově hendikepovaní získat podporu z Fondu Kaufland?

Podpora z Fondu Kaufland je určena lidem s těžkým zrakovým nebo zrakovým kombinovaným postižením a také organizacím, které jim pomáhají. Jednotlivci i organizace mohou průběžně podávat žádosti do grantového řízení. Několikrát ročně se schází hodnotící komise složená z odborníků a rozhoduje o podpoře. I v případě krizových situací tak nikdo nečeká na pomoc dlouho.

Co je největší mýtus o lidech se zrakovým hendikepem?

Asi největším mýtem je představa, že člověk se zrakovým hendikepem je automaticky nesamostatný a potřebuje neustálou pomoc. Ve skutečnosti mnoho nevidomých a slabozrakých lidí studuje, pracuje, cestuje, sportuje, vychovává děti, prostě žije velmi aktivní život. Zrakový hendikep neříká nic o schopnostech, povaze ani ambicích člověka – jen mění způsob, jakým se orientuje ve světě.

Jak správně nabídnout pomoc osobě se zrakovým hendikepem na ulici?

Nejlepší je začít jednoduše a s respektujícím přístupem: oslovit člověka a zeptat se, jestli pomoc potřebuje. Důležité je nebrat člověka bez upozornění za ruku, netlačit ho před sebou a nerozhodovat za něj. Pokud pomoc přijme, je vhodné nabídnout mu svou paži, aby se mohl chytit, a slovně popisovat důležité situace – schody, obrubník, dveře nebo překážku na chodníku. Stejně důležité je ale respektovat i odmítnutí a nesnažit se pomáhat „za každou cenu".

Díky výtěžku Vánoční sbírky pro Světlušku byla vytvořena půjčovna kompenzačních pomůcek pro osoby se zrakovým handicapem.



122
milionů korun za sedm let společné vánoční sbírky

02 SPRÁVA A ŘÍZENÍ SPOLEČNOSTI

Odpovědná správa a řízení společnosti tvoří základ našeho každodenního jednání. Udržitelnost je přitom nedílnou součástí naší strategie, podle níž nastavujeme naši organizační strukturu a plníme regulatorní požadavky. Díky tomu dokážeme naši společnost řídit prozíravě, v souladu s našimi hodnotami a s dlouhodobým výhledem.

PROFIL SKUPINY KAUFLAND

1 577
prodejen

17
distribučních center

5
masozávodů

1
uzenářský závod na výrobu klobás

Se 1 577 prodejnami a přibližně 157 000 zaměstnanci působí společnosti skupiny Kaufland v osmi evropských zemích. Ať už v Německu, Polsku, Rumunsku, Česku, na Slovensku, v Bulharsku, Chorvatsku či v Moldavsku – značka Kaufland je ve všech zemích synonymem pro široký výběr, vysokou kvalitu, dostupné ceny a pohodlný nákup. Napříč Evropou provozují společnosti skupiny Kaufland navíc i pět masozávodů, které vyrábějí maso a uzeniny pro prodejny, a dále 17 distribučních center.

S 17 000 – 30 000 položkami na jednu prodejnu[1] nabízí Kaufland široký sortiment potravin a zboží denní potřeby. V obchodním roce 2024 dosáhl Kaufland celkového obratu ve výši 35,2 miliardy eur, což odpovídá meziročnímu růstu o 2,9 %.

Kaufland se svojí nabídkou umožňuje všem vybrat si z široké nabídky kvalitních, zdravých, udržitelných a dalších produktů pro všechny potřeby. Důraz je kladen především na oddělení čerstvých potravin. Celkový sortiment zahrnuje značkové výrobky, produkty vlastních značek, regionální produkty i širokou škálu zboží vyrobeného s ohledem na udržitelnost.

Přibližně 24 % obratu je generováno prodejem výrobků vlastních značek, které jsou vyráběny na přímou objednávku společnosti Kaufland. Zbývající část připadá na produkty nezávislých výrobců.

Jako společnost skupiny Kaufland se zasazujeme o komplexní ochranu životního prostředí, klimatu a biodiverzity. Řídíme se přitom společně vypracovanými zásadami a strategiemi, které platí pro všechny společnosti skupiny Kaufland.

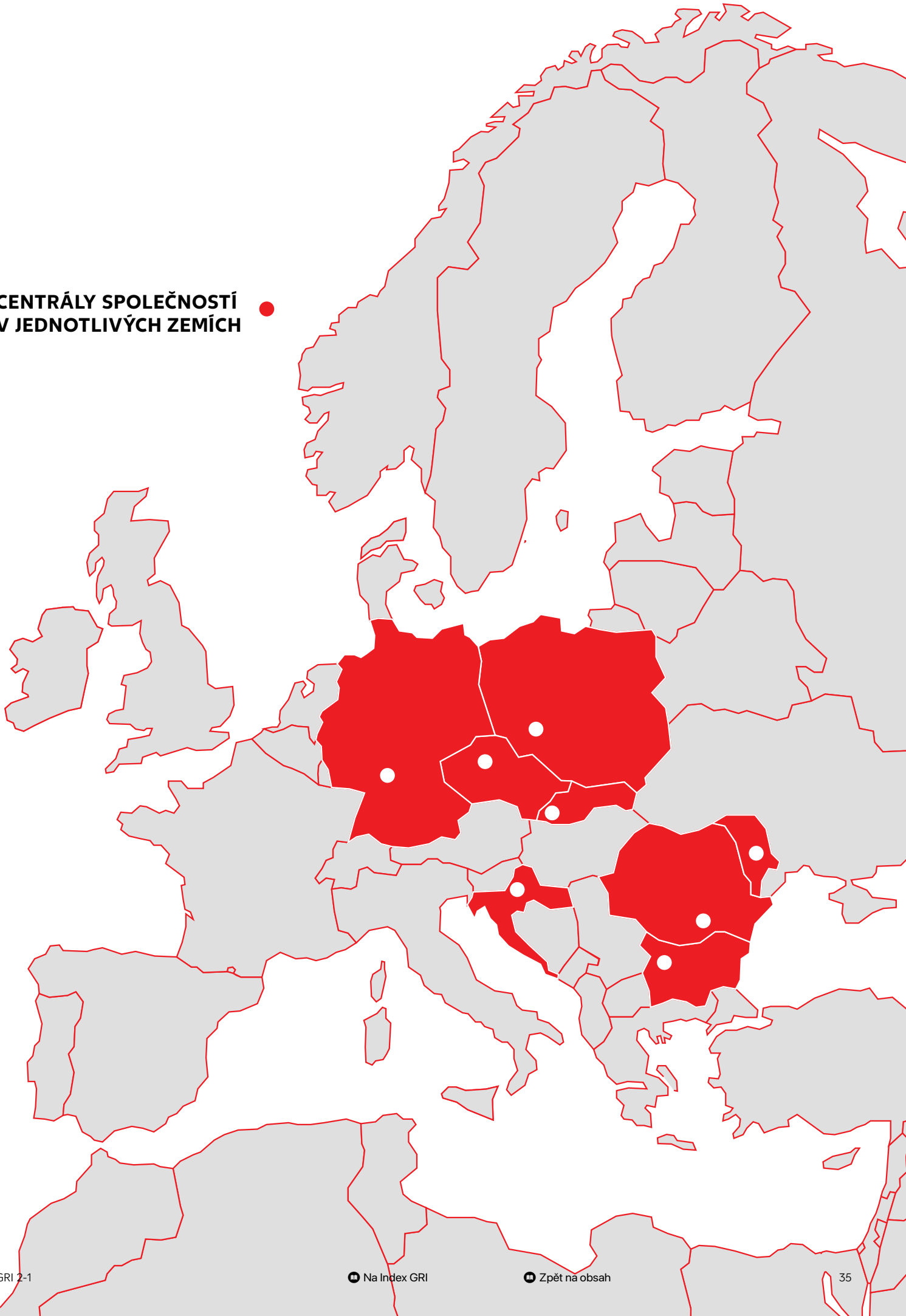
V České republice působí Kaufland již od roku 1998. S více než 15 000 zaměstnanci a aktuálně 149 prodejnami patří Kaufland k předním maloobchodním řetězcům s potravinami v Česku. V obchodním roce 2024 jsme v České republice otevřeli nové prodejny v Lovosicích a Praze – Barrandov.

MASOZÁVODY KAUFLAND

Od založení první prodejny Kaufland je výroba čerstvého masa a uzenin pro vlastní značky zajišťována specializovanými společnostmi skupiny Kaufland v oblasti masné výroby. Kaufland provozuje pět masozávodů, z toho čtyři v Německu a jeden v Česku. Přibližně 3 000 zaměstnanců v nich denně zpracovává vepřové, hovězí a drůbeží maso. Masozávody Kaufland tak patří k předním podnikům v oblasti výroby masných výrobků. Produkty z těchto masozávodů jsou z převážné části dodávány do prodejen Kaufland, kde jsou prodávány v samoobslužných regálech nebo prostřednictvím obslužných pultů.

[1] Velikost sortimentu se v jednotlivých zemích liší a závisí na velikosti konkrétní prodejny

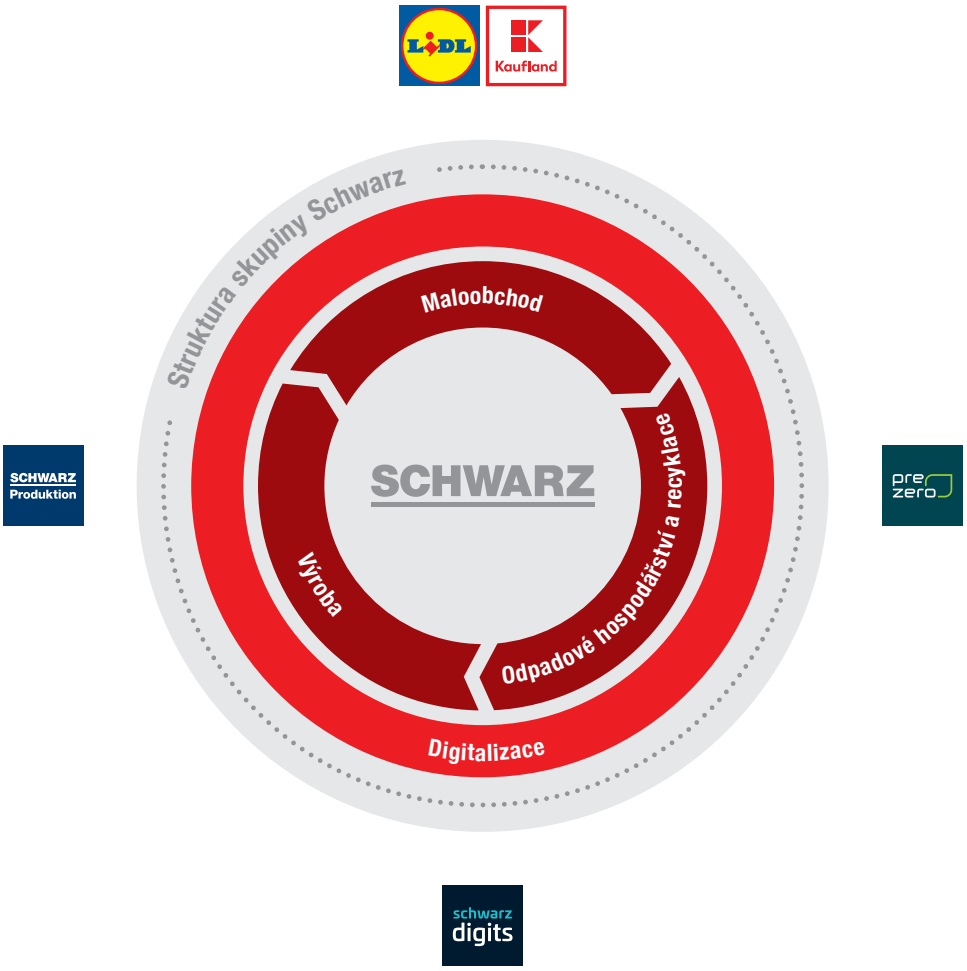
CENTRÁLY SPOLEČNOSTÍ V JEDNOTLIVÝCH ZEMÍCH



Kaufland jako součást skupiny Schwarz

S přibližně 595 000 zaměstnanci ve více než 30 zemích a celkovým obratem ve výši 175,4 miliardy eur patří skupina Schwarz k předním obchodním skupinám na světě. Jen málokterá podniková skupina je přitom takto rozmanitá. Společnosti skupiny Schwarz pokrývají celý hodnotový řetězec. Se sídlem v Neckarsulmu ve spolkové zemi Bádensko-Württembersko tvoří pilíře potravinářského maloobchodu dvě obchodní divize – Kaufland a Lidl. Kromě toho působí skrz firmu Schwarz Produktion v oblasti výroby potravin a prostřednictvím PreZero v oblasti recyklace a nakládání s odpady.

Oblasti digitalizace a IT jsou rozvíjeny v samostatné divizi Schwarz Digits. Všechny společnosti skupiny Schwarz jsou podporovány řadou servisních společností v tuzemsku i v zahraničí. Ke konci obchodního roku 2024 patřilo do skupiny Schwarz celkem 1 237 společností. Ve všech částech skupiny Schwarz je její vliv na společnost a životní prostředí využíván k tomu, aby přispíval k udržitelnému rozvoji a propojoval ekologii s ekonomikou.



OBCHOD

Obchodní řetězce Kaufland a Lidl nabízejí svým zákazníkům každý den ve více než 30 zemích široký sortiment výrobků. Prostřednictvím celé řady opatření se dlouhodobě angažují napříč celým hodnotovým řetězcem v oblastech jako ochrana klimatu a biodiverzity nebo šetrného nakládání se zdroji.

NAKLÁDÁNÍ S ODPADY A RECYKLACE

V deseti zemích prosazuje skupina PreZero jako poskytovatel environmentálních služeb v oblasti odpadového a recyklačního hospodářství vizi uzavřených materiálových cyklů a tímto způsobem investuje do čisté budoucnosti. Jako průkopník v oboru podporuje PreZero účinné oběhové hospodářství s cílem dosahovat pozitivní změny pro životní prostředí i společnost. Zároveň PreZero podporuje své partnery z oblasti podnikání, sportu a samospráv při transformaci směrem k šetrnějšímu nakládání se zdroji a efektivnějšímu materiálovému hospodářství.

VÝROBA

23 společností divize Schwarz Produktion vyrábí pro obchodní řetězce vysoce kvalitní potraviny – od nápojů, čokolády a zmrzliny přes pekárenské výrobky, ořechy a sušené ovoce až po kávu a těstoviny. Zároveň produkuje také udržitelné obaly a materiály, například papír. Součástí této divize jsou rovněž tři závody na zpracování plastů a recyklaci, které jsou zapojeny do jedinečného materiálového cyklu PET.

IT A DIGITALIZACE

Schwarz Digits je IT a digitální divizí skupiny Schwarz. Společnosti sdružené pod Schwarz Digits poskytují a dále rozvíjejí IT a digitální řešení po celém světě, například pro digitální výrobní provozy, prodejny a formáty e-commerce, stejně jako pro věrnostní program. Kromě toho nabízejí externím zákazníkům komplexní cloudové služby, řešení v oblasti kybernetické bezpečnosti, umělé inteligence a retailových médií.

SLUŽBY

Všechny oblasti činnosti společností skupiny Schwarz jsou podporovány prostřednictvím Schwarz Corporate Solutions. Tyto jednotky tvoří administrativní a provozní páteř a poskytují služby ostatním společnostem skupiny Schwarz, např. v oblastech controllingu, financí a HR, stejně jako nákupu a správy nemovitostí. Tímto způsobem soustřeďujeme kapacity, využíváme synergický potenciál a v každodenní praxi uplatňujeme partnerský přístup ke spolupráci.

Hodnotový řetězec společnosti Kaufland

Jako obchodní řetězec působí Kaufland na rozhraní mezi výrobci a konečnými spotřebiteli. V této roli jsme v přímém i nepřímém vztahu s našimi zákazníky a širokým okruhem partnerů napříč dodavatelskými řetězci. Tyto procesy začínají již na samotném počátku – u pěstování a sklizně zemědělských surovin, chovu hospodářských zvířat či ryb. Přes další zpracování surovin pokračuje hodnotový řetězec přepravou zboží do logistických center a následně na prodejny. Zde nabízíme hotové produkty našim zákazníkům, kteří jsou středobodem všeho, co děláme. Naším dlouhodobým cílem je poskytovat jim produkty vyráběné odpovědným způsobem.

Získávání a zpracování zemědělských surovin i související výrobní a přepravní procesy však mají ekologické a sociální dopady. Proto se chceme podílet na postupném zlepšování environmentálních a sociálních standardů. Za tímto účelem spolupracujeme s dodavateli, partnerským způsobem, tam kde je to možné snižujeme spotřebu surovin a principy oběhového hospodářství zohledňujeme již ve fázi výroby. Angažovanost naší společnosti zároveň přispívá ke zlepšování životních a pracovních podmínek lidí v zemích výroby.



Také v navazujících činnostech chceme uplatňovat svůj vliv. Jako maloobchodní řetězec s potravinami máme konkrétní možnost ovlivňovat spotřební chování širokého okruhu lidí a podporovat je v udržitelných, informovaných a zdravějších nákupních rozhodnutích. Proto průběžně vyhodnocujeme, jak můžeme náš sortiment dále rozvíjet směrem k větší udržitelnosti a zdravějšímu složení – a o těchto krocích naše zákazníky transparentně informujeme.

Naše řídicí struktura

Za provozní řízení společnosti Kaufland odpovídá její představenstvo. Na konci finančního roku 2024 byli jeho členy 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) a Frank Schumann (Kaufland Stiftung & Co. KG).

Každá společnost skupiny Kaufland, stejně jako Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG, je řízena národním vedením společnosti. Společnosti Kaufland v Polsku, Česku, Chorvatsku, na Slovensku, v Bulharsku, Rumunsku a Moldavsku jsou nepřímými dceřinými společnostmi Kaufland Stiftung & Co. KG.

Generálními řediteli jednotlivých společností skupiny Kaufland v roce 2024 byly:



Stefan Hoppe
Polsko
od října 2024 (předtím Gunnar Günther do konce března 2024 a Michal Lagunionek do konce září 2024)



Heiko Koch
Česká republika



Patrick Rudat
Chorvatsko



Sven Reinhard
Slovensko



Ivan Chernev
Bulharsko



Marco Hößl
Rumunsko



Marco Hößl/Sergiu Fala
Moldavsko



Jochen Kratz
Německo
(Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG)

ZÁVAZEK V OBLASTI UDRŽITELNOSTI

Strategické heslo společnosti Kaufland *„Umožňujeme všem nákup dobrých, zdravých a udržitelných produktů"* určuje směřování našich aktivit v oblasti společenské odpovědnosti na národní i mezinárodní úrovni. Ukazuje, jakým způsobem je udržitelnost ve společnosti Kaufland systematicky rozvíjena a zejména jak má být v budoucnu dále ambiciózně posilována. Přitom je vždy nezbytné zohledňovat klíčové partnery a širší kontext působení společnosti Kaufland.

Naši strategii udržitelnosti jsme vypracovali v úzkém souladu s nadřazenou, celopodnikovou strategií společnosti Kaufland, kterou zpracovalo a schválilo představenstvo ve spolupráci s útvarem rozvoje společnosti. Tato strategie se opírá o zavedené firemní zásady a hodnoty. Více informací o podnikových zásadách je uvedeno v kapitole **Posilování společnosti**.

Naše strategie společenské odpovědnosti

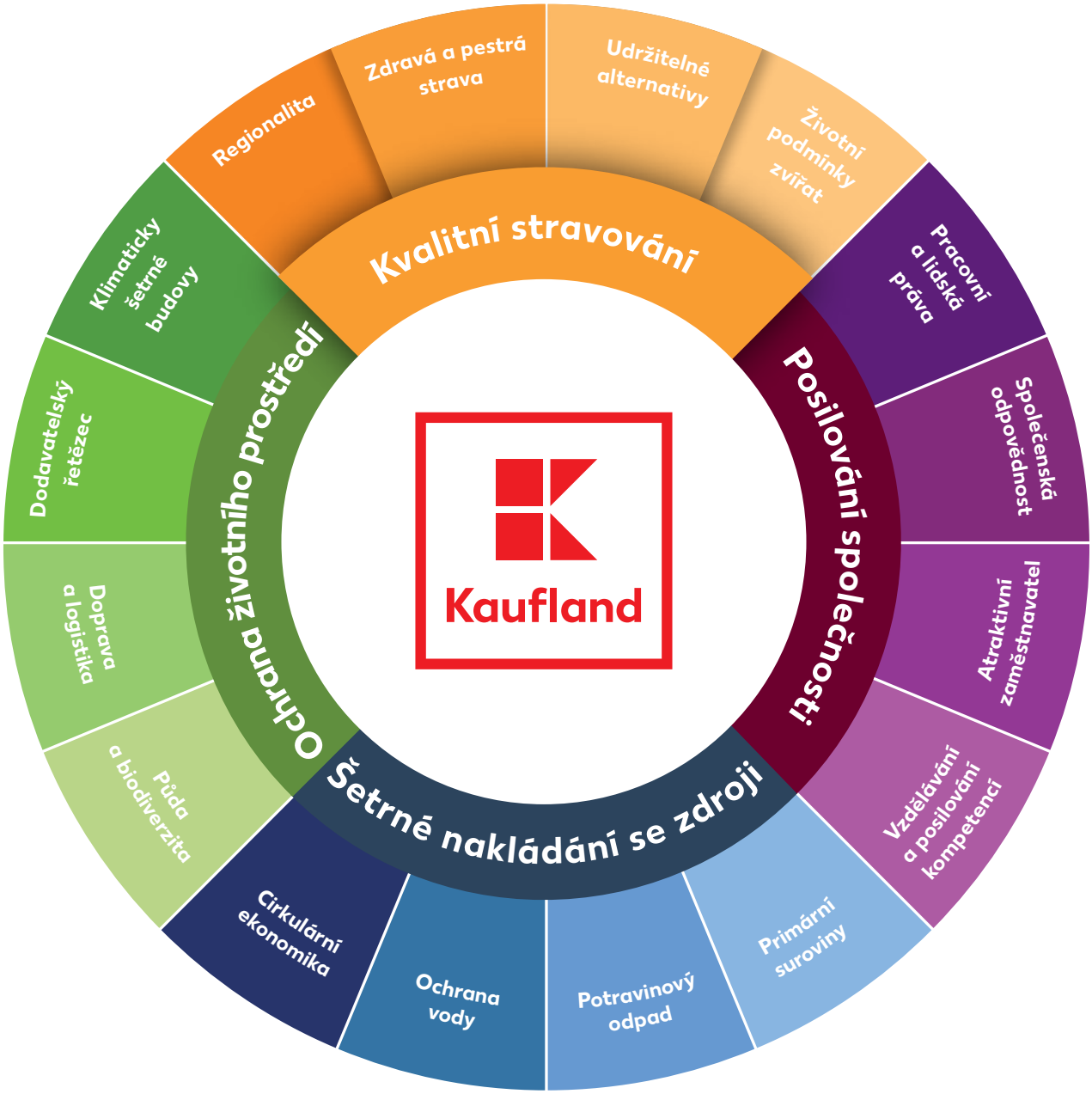
Udržitelnost je pevnou součástí našeho jednání a prostupuje všemi oblastmi naší podnikatelské činnosti. Také pro naše zákazníky nabývají udržitelné, zdravé a k životnímu prostředí šetrné produkty stále většího významu. Zároveň se v posledních letech výrazně zpřísnily regulatorní požadavky v oblasti udržitelnosti. Lze proto očekávat, že udržitelnost bude v budoucnu ovlivňovat naše podnikání v potravinářském maloobchodě ještě výrazněji, než je tomu dnes. Strategie společenské odpovědnosti společnosti Kaufland je odpovědí na tento vývoj: odráží náš závazek k odpovědnému a dlouhodobě udržitelnému podnikání v oblasti potravinářského maloobchodu a je zaměřena na naplnění současných i budoucích očekávání našich klíčových partnerů. Společnost Kaufland přitom vystupuje jako silný a spolehlivý maloobchodní řetězec, zaměstnavatel a partner s jasnou misí – vytvářet základ pro kvalitní budoucnost s dostupností dobré a udržitelné výživy.

Důvodem je skutečnost, že klíčovou kompetencí společnosti Kaufland je poskytovat širokou nabídku potravin. Svůj úkol chápeme jako zpřístupňování kvalitní výživy všem – dnes i v budoucnu. Z toho vychází náš strategický důraz na oblast „Kvalitního stravování". Právě zde můžeme našim zákazníkům nabídnout skutečnou přidanou hodnotu a zároveň cíleně řídit naše ekologické a sociální dopady – se zvláštním ohledem jak na zdraví lidí, tak na ochranu našeho stále více zatěžovaného životního prostředí. Kvalitní výživa tvoří zastřešující rámec našeho úsilí, což znamená, že veškeré aktivity v rámci vypracované strategie společenské odpovědnosti k tomuto cíli dlouhodobě směřují. Strategii společenské odpovědnosti dále doplňují tyto tematické oblasti: ochrana životního prostředí, šetrné nakládání se zdroji a zodpovědný zaměstnavatel a dobrý soused. Těchto 16 témat, znázorněných v přiloženém grafu, odráží naši angažovanost napříč celou podnikatelskou činností.

Podrobnější informace k jednotlivým tematickým oblastem jsou uvedeny v kapitolách **Ochrana přírody**, **Šetrné nakládání se zdroji**, **Posilování společnosti** a **Kvalitní stravování**.

GRI 2-6, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-12

STRATEGIE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI SPOLEČNOSTI KAUFLAND



Udržitelnost v naší organizaci



Útvar Corporate Responsibility International (CR INT) je na mezinárodní úrovni pověřen koordinací strategického směřování společností Kaufland v oblasti udržitelnosti. Tento útvar je součástí oddělení Corporate Affairs a organizačně spadá pod předsedu představenstva společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG. Tato struktura se odráží také v organizaci společnosti Kaufland Česká republika. Útvar Corporate Responsibility (CR NAT) zde na základě pověření koordinuje aktivity v oblasti udržitelnosti. Jako součást oddělení Corporate Affairs je v České republice přímo podřízen generálnímu řediteli společnosti a průběžně jej informuje o konkrétních záměrech, vývoji a projektech v oblasti udržitelnosti. Pravidelně se rovněž konají pracovní setkání vedení Corporate Affairs a útvaru společenské odpovědnosti s generálními řediteli národních společností.

Vedle přípravy konkrétních nadnárodních rámcových aktivit, které jsou následně v jednotlivých zemích dále rozpracovány, vydává útvar Corporate Responsibility International (CR INT) odborná doporučení, poskytuje metodickou podporu a v souladu se svým pověřením koordinuje celkové směřování udržitelnosti, přičemž plní roli iniciátora a stanovuje základní rámec. Naše společnost projekty a aktivity orientuje podle nadnárodních rámcových podmínek společné strategie společenské odpovědnosti.

Útvary Corporate Responsibility International (CR INT) a Corporate Responsibility Česká republika (CR ČR) dále fungují jako klíčoví partneři pro všechny ostatní odborné útvary společností skupiny Kaufland. V této roli je operativně podporují při plánování, koordinaci a optimalizaci všech společně připravovaných aktivit v oblasti udržitelnosti a zajišťují, aby byly v souladu se schváleným strategickým rámcem.

Témata udržitelnosti v nákupu a odpovědnost za dodavatelský řetězec má na starosti specializovaný útvar Udržitelnost v nákupu, který funguje jako strategický a odborný partner. Spolupráce mezi nákupčími a těmito specialisty nám umožňuje zavádět cílená opatření a naplňovat tak naši odpovědnost obchodního řetězce.

Projektová spolupráce mezi společnostmi skupiny Schwarz zároveň vytváří prostor pro výměnu informací o jejich aktivitách v oblasti udržitelnosti a podporuje sdílení znalostí i vznik synergických efektů.

GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-14, GRI 2-16, GRI 2-17, GRI 2-23, GRI 2-24

ROLE VEDENÍ SPOLEČNOSTI

Hlavní odpovědnost za udržitelné směřování nese každá jednotlivá společnost v rámci skupiny Kaufland. Členové vedení jednotlivých společností dohlížejí na udržitelné aktivity ve svých oblastech a aktivně se zapojují do přípravy i realizace konkrétních iniciativ a opatření. Každá tematická oblast a projekt má přiřazený odborný útvar, jehož zástupci mají v příslušných orgánech jasně vymezené role a úkoly. Útvar Corporate Responsibility působí v Kaufland Stiftung & Co. KG, tak ve společnosti Kaufland Česká republika jako útvar přímé podpory a podléhá nejvyššímu vedení. Příprava, schvalování i aktualizace témat souvisejících s udržitelností jsou ze strany útvarů udržitelnosti přímo koordinovány s představenstvem, respektive s vedením společnosti, přičemž jsou otevřeně předkládána i kritická stanoviska. Díky tomuto přímému napojení jsou informační toky krátké a předávání znalostí probíhá efektivně. Odborné útvary poskytují vedení všechny potřebné informace, aby mohlo rozhodovat na základě faktů a s plnou znalostí věci.

Strategické rámce, jako je analýza významnosti, jsou na mezinárodní úrovni v souladu s pověřením posuzovány a schvalovány představenstvem. Zároveň jsou každoročně shromažďovány ukazatele v oblasti udržitelnosti. Data jsou schvalována vedením společnosti a publikovaná v reportech udržitelnosti.

ŘÍZENÍ UDRŽITELNOSTI

V rámci společně vypracované strategie společenské odpovědnosti pracujeme s jasně stanovenými milníky a měřitelnými cíli. Měření pokroku je klíčovým prvkem řízení společenské odpovědnosti a je pevnou součástí každoročního plánovacího a strategického cyklu, přičemž průběžně rozvíjíme řízení dat.

Do obchodního roku 2024 byla pro řízení udržitelnosti využívána skupinová softwarová platforma, jejímž cílem bylo zvýšit transparentnost aktivit v oblasti společenské odpovědnosti. Vzhledem k rostoucím požadavkům na řízení a reporting jsme však již v roce 2023 na mezinárodní úrovni společně s ostatními společnostmi Skupiny Schwarz zahájili strukturované výběrové řízení na novou softwarovou platformu. Ve sledovaném období se útvar CR INT zaměřil na technické nastavení a implementaci vybraného řešení pro společnost Kaufland. V následujícím obchodním roce bude tato platforma postupně nasazována do provozu, čímž bude datově podložené řízení udržitelnosti zásadně posíleno.

Současně průběžně rozvíjíme naše ukazatele v oblasti udržitelnosti. Sběr dat probíhá koordinovaně na základě společně schváleného souboru ukazatelů společenské odpovědnosti s jednotnými definicemi a referenčními hodnotami napříč všemi národními společnostmi a firmami. Tento soubor každoročně revidujeme a aktualizujeme. Víceúrovňové kontrolní mechanismy spolu se zapojením zavedených controllingových struktur zajišťují vysokou kvalitu více než 1 000 ukazatelů v oblasti udržitelnosti.

ODPOVĚDNÝ PODNIKATELSKÝ PŘÍSTUP

Společnosti skupiny Schwarz již několik let uplatňují společně vypracovaný **Etický kodex pro obchodní partnery**, jehož prostřednictvím jasně vymezujeme naše očekávání v oblasti dodržování lidských práv a environmentálních standardů a zároveň si vyhrazujeme právo jejich plnění ověřovat. Současně v našich firemních zásadách, směrnicích a pracovních postupech zavádíme nezbytné procesy, které zajišťují odpovídající ochranu lidských práv zaměstnanců a dodržování environmentálních standardů. Podrobnější informace k této oblasti jsou uvedeny v kapitole **Posilování společnosti**.

ZASTUPOVÁNÍ ZÁJMŮ NA POLITICKÉ SCÉNĚ

Při zastupování zájmů na národní i mezinárodní úrovni máme vždy na zřeteli podporu udržitelného rozvoje – například v oblastech zdravé výživy a udržitelných obalů. V rámci dialogu s politickými institucemi jsou průběžně a konstruktivně projednávány návrhy na zlepšení i aktuální výzvy.

Společnost Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG je se svou kanceláří v Bruselu zapsána v rejstříku transparentnosti Evropské unie a řídí se příslušným kodexem chování. Na základě pověření zastupuje zájmy společností skupiny Schwarz, včetně společností Kaufland, ve vztahu k politické scéně a aktivně se v této oblasti angažuje. Zároveň připravuje stanoviska k politicky a společensky relevantním tématům, která jsou ve spolupráci s jednotlivými oblastmi podnikání doplňována o jejich specifické priority. Společnosti skupiny Schwarz se zapojují do politických debat výhradně věcně. Finanční příspěvky politickým stranám nejsou zásadně poskytovány.

V rámci útvaru Corporate Affairs ve společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG působí oddělení Public Affairs. Také ve společnosti Kaufland Česká republika jsou jmenováni odpovědní pracovníci, kteří mají oblast Public Affairs na starosti a poskytují poradenskou podporu různým odborným útvarům. Zastupují společnost Kaufland jako součást skupiny Schwarz v profesních svazech a pracovních orgánech a vedou otevřený dialog s klíčovými partnery a dalšími zainteresovanými stranami.

Analýza významnosti

V rámci analýzy významnosti pravidelně posuzujeme příležitosti, rizika a dopady v oblasti udržitelnosti, které vyplývají z naší podnikatelské činnosti. Cílem je získat komplexní přehled a na jeho základě identifikovat a dále rozvíjet relevantní obsah pro naši zprávu o udržitelnosti i pro strategické směřování společnosti.

POSTUP PRO STANOVENÍ VÝZNAMNOSTI

V roce 2023 provedly společnosti skupiny Schwarz komplexní analýzu dvojí významnosti (Double Materiality Assessment). V rámci posouzení bylo na základě dimenzí „významnost dopadů" a „finanční významnost" hodnoceno celkem 31 témat udržitelnosti. Výchozím podkladem byl seznam témat vycházející z European Sustainability Reporting Standards (ESRS), který byl tematicky uspořádán a doplněn o další, pro jednotlivé společnosti specifická témata.

GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 3-1, GRI 3-2

V dalším kroku jsme k jednotlivým tématům přiřadili konkrétní dopady, stejně jako finanční příležitosti a rizika. U každé oblasti jsme identifikovali interní a externí stakeholdery, kterých se tyto faktory přímo či nepřímo dotýkají. Posouzením významnosti jménem skupiny Kaufland byli pověřeni odborníci ze společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG, kteří spolu se svými týmy vyhodnotili závažnost dopadů, příležitostí a rizik u každého tématu, přičemž důsledně zohlednili zájmy dotčených stran.

Výsledkem tohoto procesu je seznam prioritních témat společnosti Kaufland, ke kterým jsme přiřadili příslušné ukazatele podle standardů GRI (Global Reporting Initiative). Tento postup nám umožnil jasně definovat finální obsah této zprávy. Podrobnější informace o metodice zpracování naleznete v kapitole **O této zprávě**.

Při hodnocení jsme brali v úvahu celý hodnotový řetězec a relevantní vlivy jsme rozdělili do kategorií: dodavatelský řetězec, vlastní provoz a odběratelský řetězec. Tímto procesem jsme se společně se společnostmi skupiny Schwarz připravili na implementaci nové směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Zvláštní pozornost jsme věnovali vlivům, příležitostem a rizikům v oblasti lidských práv, a to jak v rámci našich provozních činností, tak v celém dodavatelském řetězci.

Všechny dopady, které sehrály klíčovou roli při určování prioritních témat, byly spolu s příležitostmi a riziky systematicky seřazeny podle důležitosti. V prvním kroku jsme rozdělili skutečné a potenciální vlivy, přičemž jsme je v obou případech klasifikovali jako pozitivní nebo negativní. Skutečné vlivy měly při hodnocení vyšší váhu než ty potenciální.

Hodnocení negativních dopadů probíhalo na základě tří kritérií:

- **Měřítko (Scale):** jak závažný je daný dopad.
- **Rozsah (Scope):** jaký je rozsah zasáhnutí prostředí nebo počet dotčených osob.
- **Možnost nápravy (Remediability):** do jaké míry je možné negativní stav zvrátit.

U pozitivních vlivů se koeficient možnosti nápravy neuplatňoval. Potenciální dopady byly navíc posuzovány na základě pravděpodobnosti jejich výskytu.

Všechna identifikovaná témata jsme následně seřadili na jednotné stupnici priorit platné pro celou skupinu. Společně se společnostmi skupiny Schwarz jsme definovali prahovou hodnotu – hranici, po jejímž překročení se téma klasifikuje jako významné. Tento jednotný přístup zajišťuje plnou porovnatelnost výsledků v rámci celé skupiny Schwarz.

V popsaném procesu byly zohledněny tyto zainteresované strany:

- Spotřebitelé, zákazníci a uživatelé
- Úřad pro ochranu spotřebitele
- Zaměstnanci
- Manažeři
- Dodavatelé, výrobci
- Poskytovatelé služeb, obchodní partneři
- Investoři, banky, pojišťovny
- Konkurence
- Asociace
- Odbory
- Politická reprezentace, orgány, úřady
- Obyvatelé, obce, čtvrti
- Nevládní neziskové organizace, občanská společnost a iniciativy
- Tisk, média
- Pracovníci v hodnotovém řetězci
- Věda
- Příroda

NAŠE VÝZNAMNÁ TÉMATA

Popsaná analýza identifikovala šest významných témat ve třech oblastech – životní prostředí, sociální oblast a správa a řízení společnosti (ESG). Nad rámec těchto témat v této zprávě o udržitelnosti dobrovolně informujeme také o dalších osmi tématech. Podrobnější informace jsou uvedeny v kapitole **O této zprávě**.

Tematické oblasti	Významná témata (ESRS)	Přiřazená témata strategie společenské odpovědnosti	Dobrovolně vykazovaná témata
	• Spotřebitelé a koncoví uživatelé: Bezpečnost	• Větší nabídka udržitelných alternativ	• Podpora rozmanité a zdravé stravy • Zlepšení životních podmínek zvířat[1] • Posílení regionality[1]
	• Adaptace na změnu klimatu • Zmírňování vlivu změny klimatu • Energie	• Lokality šetrné ke klimatu • Dodavatelský řetězec šetrný ke klimatu • Optimalizace logistiky	• Zachování biodiverzity a půdy
	Nevýznamná témata	Nevýznamná témata	• Podpora cirkulární ekonomiky • Odpovědné používání surovin[1] • Prevence plýtvání potravinami
	• Zaměstnanci: Pracovní podmínky • Hodnotový řetězec: Stejná práva a příležitosti pro všechny	• Atraktivní zaměstnavatel • Posilování pracovních a lidských práv	• Prezentace sociálního závazku

[1] Téma je zmíněno pouze v nadřazeném řídicím přístupu; nejsou k němu zveřejňovány žádné ukazatele GRI.

V DIALOGU S NAŠIMI KLÍČOVÝMI PARTNERY

Naším cílem je v dialogu s klíčovými partnery včas identifikovat rizika, rozvíjet inovativní řešení a posilovat společenskou důvěru a akceptaci našich aktivit. Průběžná výměna s interními i externími klíčovými partnery je proto nedílnou součástí řízení udržitelnosti ve společnosti Kaufland. Společnosti skupiny Kaufland jsou díky svému přeshraničnímu působení v rozmanitém dialogu s řadou národních i mezinárodních klíčových partnerů. Důvěryhodná spolupráce je pro nás založena na ochotě naslouchat různým názorům a společně usilovat o nejlepší možná řešení.

Náš dialog je proto obousměrný: celý okruh našich klíčových partnerů pravidelně informujeme o našich aktivitách. K tomu využíváme různé formáty – zprávy o udržitelnosti, tiskové zprávy, směrnice či zákaznické brožury pro externí klíčové partnery a zákazníky, stejně jako intranetové portály pro naše zaměstnance. Aktivně se zapojujeme do partnerských projektů i odborných sfér a účastníme se diskusí a platforem pro sdílení informací, které organizují třetí strany. Pravidelně například vedeme konstruktivní dialog s neziskovými organizacemi, z něhož čerpáme podněty nejen pro udržitelný rozvoj našeho sortimentu, ale zároveň se jeho prostřednictvím vymezujeme k řadě společensky významných témat. Prostřednictvím tematických akcí a osobních setkání navíc umožňujeme a podporujeme přímou a oboustrannou výměnu názorů. Patří sem také dialogy se sousedy a obyvateli dotčených lokalit, které probíhají v souvislosti s rozsáhlejšími stavebními projekty. Tímto způsobem zajišťujeme, že jednotlivé skupiny klíčových partnerů jsou o rozhodovacích procesech transparentně informovány a aktivně do nich zapojovány.

Naši klíčoví partneři nám prostřednictvím své odbornosti, pozorování a kriticko-konstruktivního dialogu poskytují cennou zpětnou vazbu, která se promítá do naší práce. Společnost Kaufland Česká republika se navíc různorodými způsoby zapojuje do spoluprací a partnerství a účastní se rovněž externích dialogových a výměnných formátů. Podrobnější informace jsou uvedeny v části **Strategická partnerství**.

Stavíme na průběžné komunikaci s našimi klíčovými partnery a využíváme jejich cennou zpětnou vazbu.

SKUPINY ZAINTERESOVANÝCH STRAN A KOMUNIKAČNÍ KANÁLY

Zaměstnanci/vedoucí pracovníci: intranet, zaměstnanecký časopis, zaměstnanecké rádio, zaměstnanecká aplikace, sociální sítě, interní newslettery, základní a tematicky zaměřená školení (např. v oblasti udržitelnosti, dobrých životních podmínek zvířat nebo energetického managementu), aktivity v oblasti společenské odpovědnosti pro zaměstnance, expertní platforma/pracovní skupiny pro oblast společenské odpovědnosti, adaptační program pro nové zaměstnance, online dotazníky, například po absolvování seminářů a školení

Zákazníci: zákaznické letáky, řízení vztahů se zákazníky, prodejny, sociální sítě, magazíny a newslettery, webové stránky, inzerce v externích médiích (např. spotřebitelské časopisy), označování výrobků certifikačními značkami, uznávané značky a certifikáty udržitelnosti

Politika: prezentace na prodejně za účasti zástupců politické reprezentace, kulaté stoly, zapojení do iniciativ, účast na veletrzích a odborných akcích, vyřizování dotazů zainteresovaných stran, zastupování zájmů ve veřejné politice prostřednictvím útvaru Public Affairs

Odborná a zájmová sdružení: prohlídky prodejen, odborné přednášky, účast v pracovních skupinách anebo vícestranných iniciativách, osobní setkání či jednání, účast na veletrzích a odborných akcích, vyřizování dotazů zainteresovaných stran

Obchodní partneři: roční hodnocení (s dodavateli), výroční jednání, účast na tematicky zaměřených odborných akcích a veletrzích, osobní setkání a výměna informací

Neziskové či nevládní organizace a iniciativy: pracovní setkání v rámci iniciativ a členství, panelové diskuse, zapojení do dotazníkových šetření neziskových či nevládních organizací, osobní jednání a výroční rozhovory, účast na tematicky zaměřených akcích

Média: prohlídky prodejen, tiskové zprávy, sociální sítě, inzerce, webové stránky

Banky: výměna informací k dotazům v oblasti ESG, ESG rating společností skupiny Schwarz

Věda: přednášky a odborné akce, projekty ve spolupráci s univerzitami a výzkumnými institucemi

V pravidelných intervalech, nejméně však jednou za dva roky, vyhodnocujeme, kteří stakeholdeři jsou pro společnosti skupiny Kaufland relevantní. Základem jsou přitom externí podněty, například ze strany neziskových a nevládních organizací, i systematické sledování společenské debaty napříč tématy. Zároveň bereme v úvahu také případné změny v odpovědnosti, například ze strany politiků nebo neziskových organizací. Současně zohledňujeme změny kompetencí, například na straně politické reprezentace nebo nevládních organizací. Hodnocení je rovněž provázáno s výsledky analýzy významnosti a s jí přiřazenými tématy.

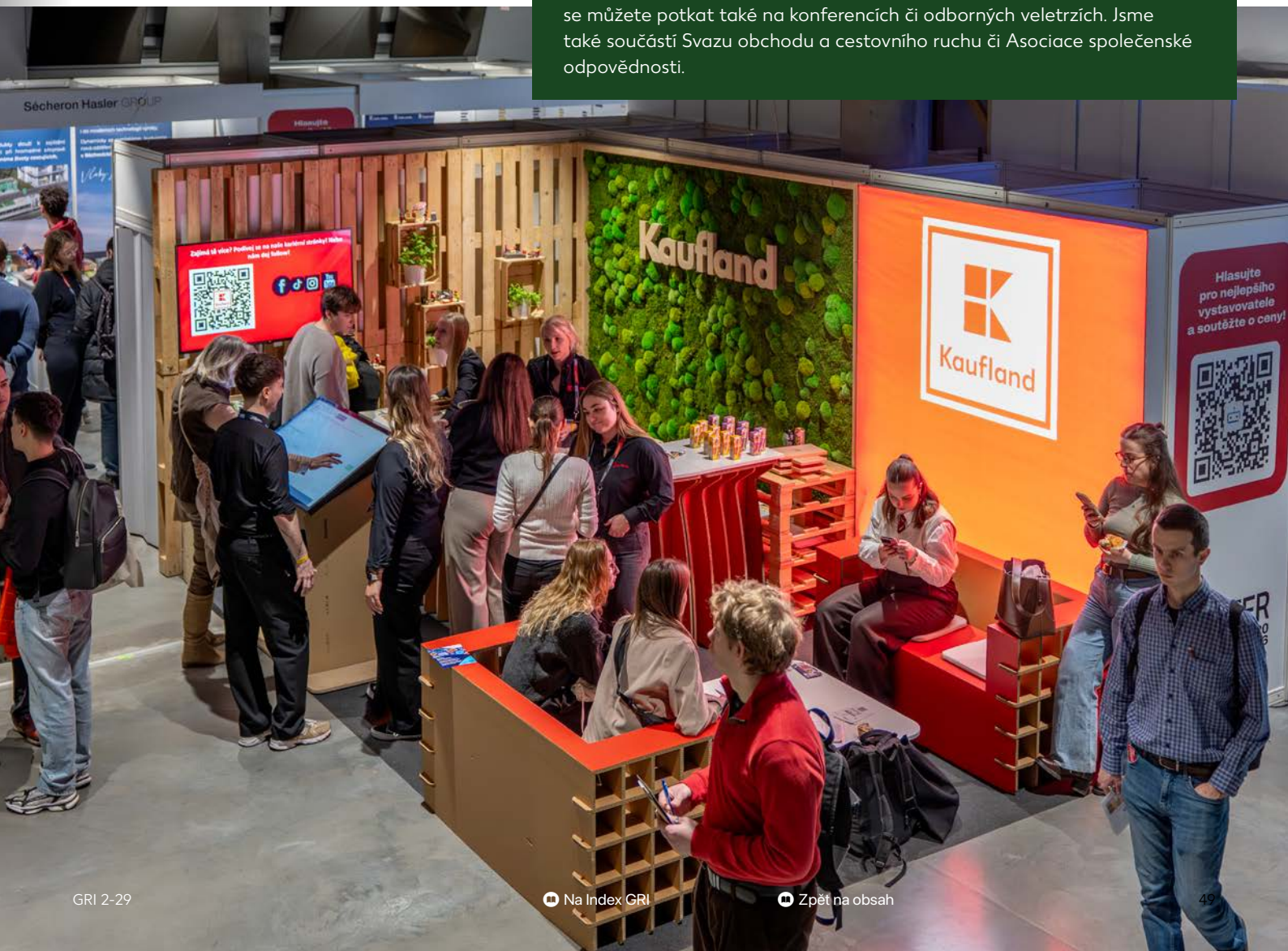
SETKÁNÍ SE ZAINTERESOVANÝMI STRANAMI

Akce pro stakeholdery jsou pevnou součástí řízení vztahů se zainteresovanými stranami a přispívají k posilování transparentnosti, rozvoji partnerství a podpoře udržitelných inovací. Získané poznatky a podněty z těchto setkání jsou cíleně využívány při dalším rozvoji naší strategie udržitelnosti i při realizaci konkrétních opatření.

Aktivity v České republice

Kaufland Česká republika realizuje široký výčet aktivit, během kterých navazuje vztahy se svými stakeholdery. Příkladem mohou být tiskové konference pro novináře i zástupce politické sféry, pravidelné vydávání tiskových zpráv, reportů udržitelnosti či komunikační kampaně na téma udržitelnost a společenská odpovědnost.

Naše společnost zároveň aktivně spolupracuje například i s vysokými a středními školami prostřednictvím přednášek, konzultací či vedení závěrečných prací nebo účasti na školních akcích. S našimi stánky či odborníky se můžete potkat také na konferencích či odborných veletrzích. Jsme také součástí Svazu obchodu a cestovního ruchu či Asociace společenské odpovědnosti.



Strategická partnerství

Kaufland se považuje za aktivního partnera ve společensko-politické diskusi. Systematické sledování legislativy, dialog s politickými aktéry a činnost v profesních a oborových sdruženích zaměřená na formování názorů v rámci odvětví proto tvoří nedílnou součást naší činnosti. Naším cílem je převádět právní požadavky rychle, efektivně a bezproblémově do každodenní provozní praxe a současně se společně s dodavateli včas věnovat tématům budoucnosti. Za tímto účelem spolupracujeme také s renomovanými certifikačními organizacemi, jako jsou Rainforest Alliance a Fairtrade, či s uznávanými ekologickými svazy, například Demeter a Bioland. Podrobnější informace k využívání externích značek a certifikátů jsou uvedeny v kapitole **Kvalitní stravování**.

Za účelem úzké spolupráce se zapojujeme do různých partnerských platforem sdružujících více stakeholderů a do dalších forem spolupráce na národní i mezinárodní úrovni – například do iniciativ Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO – Kulatý stůl pro udržitelný palmový olej), Forum Nachhaltiges Palmöl (Fórum pro udržitelný palmový olej), Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative (SASI – Iniciativa pro udržitelné zemědělské dodavatelské řetězce). Naše aktivity sahají i do specifických komodit prostřednictvím Německé iniciativy pro udržitelnou produkci kakaa (Forum Nachhaltiger Kakao), Iniciativy pro udržitelné pěstování ořechů, Platformy pro udržitelné pěstování rýže (SRP), Fóra moderního zemědělství nebo sdružení Donau Soja. Tyto platformy nám umožňují společně s ostatními partnery v hodnotovém řetězci navrhovat a zavádět řešení, která minimalizují negativní dopady na životní prostředí a podporují etické získávání klíčových surovin.

GLOBÁLNÍ PAKT OSN

Společnosti skupiny Kaufland si plně uvědomují svou odpovědnost za udržitelný rozvoj. Zavazují se jednat tak, aby ve své každodenní činnosti prosazovaly sociální a environmentální povědomí, jakož i ochranu zdraví. Tento jasný postoj k udržitelnosti komunikujeme veřejnosti s maximální mírou transparentnosti. V roce 2020 se společnosti skupiny Schwarz připojily k iniciativě United Nations Global Compact (UNGC), čímž potvrdily svůj závazek dodržovat a podporovat deset základních principů OSN. Považujeme za svou společenskou odpovědnost aktivně se zasazovat o ochranu lidských práv, spravedlivé odměňování a bezpečné pracovní podmínky ve všech oblastech našeho podnikání. Společnost Kaufland prosazuje nulovou toleranci vůči všem formám korupce a aktivně se angažuje v oblasti ochrany životního prostředí a klimatu. V rámci každoročního procesu „Communication on Progress" (CoP) dokumentují společnosti skupiny Schwarz svá konkrétní opatření a dosažený pokrok. Kaufland jako integrální součást skupiny k těmto cílům významně přispívá a dlouhodobě realizuje opatření na podporu principů udržitelného globálního hospodářství.

[1] Členství v partnerství PANAO skončilo v roce 2024.

[2] Před vstupem do Světového fóra pěstitelů banánů (WBF) byly aktivity společnosti Kaufland od roku 2014 seskupeny v rámci Akční aliance pro udržitelné pěstování banánů (ABNB), která byla v roce 2022 sloučena do pracovní skupiny WBF.

Níže je uveden výběr aktivit a členství společnosti Kaufland Česká republika:

- Asociace společenské odpovědnosti
- Česko-německá obchodní komora
- Český svaz zpracovatelů masa
- Hospodářská komora
- Charta proti domácímu násilí
- Svaz obchodu a cestovního ruchu

Jako součást společností skupiny Schwarz jsou zájmy společnosti Kaufland Česká republika dále zastupovány v následujících institucích:

- Ellen MacArthur Foundation (členství od roku 2018)
- Science Based Targets Initiative (SBTi) (členství od roku 2020; iniciativa pro vědecky podložené klimatické cíle)
- UN Global Compact (účast od roku 2020; iniciativa OSN pro odpovědné podnikání)

Zájmy společností Kaufland jsou dále zastupovány prostřednictvím členství společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG v následujících svazech, iniciativách a organizacích. Současně Kaufland na mezinárodní úrovni spolupracuje s níže uvedenými partnery:

- Allianz der Pioniere (od roku 2024)
- AWS – Alliance for Water Stewardship
- The A.I.S.E. Charter for Sustainable Cleaning
- Donau Soja
- Food for Biodiversity e.V.
- Forum Nachhaltiger Kakao e.V.
- Forum Nachhaltiges Palmöl e.V. (FONAP)
- Fur Free Retailer
- GLOBALG.A.P.
- International Featured Standard (IFS)
- Juice CSR Platform
- Multi-Akteurs-Partnerschaft Orangensaft
- Partnerschaft für Nachhaltigen Orangensaft
- (PANAO)[1]
- ProTerra
- Round Table on Responsible Soy (RTRS)
- Roundtable on Sustainable Palm Oil
- (RSPO)
- Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative
- World Banana Forum (WBF)[2]



COMPLIANCE

Pro všechny společnosti skupiny Schwarz je ekonomický úspěch neoddělitelně spjat s odpovědným řízením společnosti. Hospodářský úspěch, odpovědná správa a řízení společnosti jsou proto pro všechny společnosti Skupiny Schwarz neoddělitelně propojeny – a totéž platí i pro společnost Kaufland.

Kaufland se při své činnosti řídí jasně stanovenými zásadami, jejichž součástí je předcházení a minimalizace negativních dopadů podnikatelské činnosti na životní prostředí, ekonomiku a společnost v rámci odpovědného podnikání, náležité podnikatelské péče, stejně jako důsledné dodržování všech platných právních předpisů.

Porušení právních předpisů může vést k finančním ztrátám a poškození dobrého jména společnosti a zároveň může mít za následek osobní nároky na náhradu škody či trestněprávní důsledky pro jednotlivé zaměstnance nebo samotnou společnost. Naše jednání i jednání našich zaměstnanců se proto řídí základním podnikatelským principem „Dodržujeme platné právní předpisy a interní směrnice", který je závazný pro všechny zaměstnance. Společnost Kaufland i její vedení se výslovně hlásí k dodržování tohoto principu a k zajištění jeho důsledného uplatňování v praxi.

Náš systém řízení compliance

Společnost Kaufland má zaveden systém řízení compliance (Compliance Management System, CMS), který obsahuje závazná pravidla a požadavky. Tato pravidla vymezují konkrétní náležitosti a prvky zajišťující odpovídající úroveň souladu s právními předpisy a interními pravidly. Zásadní součástí CMS je prevence porušení platných právních předpisů a interních směrnic a důsledné prověřování a postihování zjištěných porušení v souladu se zásadou nulové tolerance. Mezi hlavní tematické oblasti CMS patří zejména boj proti korupci a podvodům, ochrana osobních údajů, soutěžní právo, dodavatelský řetězec a oblast lidských zdrojů (HR).

Mezi klíčová opatření CMS patří zejména tvorba a komunikace pravidel (např. pravidel pro nakládání s dary a jinými plněními či pravidla ochrany osobních údajů), realizace školení a systematické prověřování všech interních i externích oznámení týkajících se možných porušení právních předpisů. Pokud oznámení odhalí slabé místo ve stávajících mechanismech, jsou získané poznatky využity k dalšímu rozvoji a posílení systému řízení compliance. Veškeré směrnice a závazná pravidla jsou zveřejněny v centrálním IT systému.

Útvary odpovědné za oblast compliance pravidelně prověřují účinnost popsaných opatření. Odborný útvar Právo a Compliance, resp. Právo a Governance, za tímto účelem vyhodnocuje různé datové výstupy z IT systémů a podle potřeby, na základě konkrétní situace a rizik, zadává také samostatné kontrolní prověrky. Interní audit společnosti Kaufland v pravidelných intervalech přezkoumává systém řízení compliance jako celek.

Všechny standardní smlouvy uzavírané mezi společností Kaufland a jejími obchodními partnery obsahují compliance doložku, která upozorňuje na povinnost dodržovat veškeré relevantní právní předpisy. Součástí standardních smluv společnosti Kaufland je rovněž Etický kodex pro obchodní partnery. Podrobnější informace k Etickému kodexu pro obchodní partnery jsou uvedeny v kapitole **Posilování společnosti**.

GRI 2-12, GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 205-2



Mechanismy pro podávání stížností

Pro upozornění na možná porušení pravidel compliance jsou k dispozici pověřenec pro compliance spolu s compliance týmem (compliance@kaufland.com), důvěrní právní zástupci a také IT-podporovaný online oznamovací systém, který slouží jako kontaktní místo a oznamovací kanál pro všechny účastníky v dodavatelském řetězci. Online oznamovací systém je dostupný nepřetržitě a ve více jazycích. Zaměstnanci se mohou rovněž obracet na compliance tým a důvěrníky – a to i anonymně a důvěrně. Útvar Právo a Compliance, resp. Právo a Governance, v národních společnostech Kaufland a ve společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG vypracovává čtvrtletní a roční zprávy, které informují příslušná vedení společností o zásadních událostech a vývoji. Díky snadnému přístupu k rozhodovacím orgánům je zajištěno průběžné předávání a sdílení informací. Veškeré zásadní kritické podněty jsou ve společnostech Kaufland předkládány příslušnému nejvyššímu řídícímu orgánu.

Za účelem posílení účinnosti oznamovacích systémů jako celku i napříč odvětvími a rozšíření dosahu vlastních mechanismů pro podávání stížností se zapojujeme do různých platforem a iniciativ sdružujících více zainteresovaných stran.





03 KVALITNÍ STRAVOVÁNÍ

Chceme, aby byl náš sortiment stále zdravější a udržitelnější, a tím přebíráme odpovědnost za lidi, zvířata i životní prostředí. Prostřednictvím promyšlené skladby sortimentu, jasně stanovených kritérií a úzké spolupráce s obchodními partnery přispíváme ke kvalitnímu stravování, které nejen dobře chutná, ale zároveň je šetrné k budoucnosti.

STRATEGICKÉ A OPERATIVNÍ CÍLE



Díky našemu širokému a rozmanitému sortimentu zdravějších a udržitelnějších produktů podporujeme kvalitní stravování, které je dostupné všem. Zdravotní a environmentální dopady našeho sortimentu budeme systematicky a dlouhodobě zlepšovat. Naším cílem je, aby se Kaufland Česká republika do roku 2035 stal preferovaným místem nákupu s nejlepším sortimentem pro kvalitní a uvědomělé stravování.

Cíl	Termín	Měření ukazatelů KPI	Stav	Plnění cílů v obchodním roce 2024
U všech výrobků našich privátních značek, které jsou podle kritérií Světové zdravotní organizace (WHO) hodnoceny jako nezdravé, upouštíme od obalového designu zaměřeného na děti. Úpravy obalů budou u všech dotčených výrobků postupně realizovány do roku 2025.	2025	Podíl výrobků privátních značek s upraveným designem	✓	100%
Naším cílem je v nadcházejících letech postupně zvyšovat podíl rostlinných zdrojů bílkovin a rozšiřovat sortiment o nové a inovativní produkty.	⚙	Cíle a metody měření jsou v současnosti revidovány		

✓ Splněno ↗ Nárůst ↙ Pokles = Beze změny ⚙ V procesu

ŘÍDÍCÍ PŘÍSTUP

Jako silný a spolehlivý obchodní řetězec, zaměstnavatel a partner usilujeme o vytváření podmínek pro kvalitní a udržitelnou budoucnost a o to, aby měli všichni lidé přístup ke kvalitní a udržitelnější výživě. Tento přístup jsme zakotvili jako základní princip naší firemní strategie. Na jeho základě rozvíjíme naše aktivity v oblasti udržitelnosti, které systematicky naplňujeme prostřednictvím strategie společenské odpovědnosti. Více informací o strategii je uvedeno v kapitole Správa a řízení společnosti.

Výzvy: dopady našeho způsobu stravování

Způsob, jakým se lidé stravují, má zásadní vliv na jejich zdraví.[1] Podle Světové zdravotnické organizace (WHO) se celosvětově zvyšuje spotřeba energeticky bohatých potravin s vysokým obsahem tuků a cukrů, zatímco úroveň pohybové aktivity zároveň klesá. Nevyvážené stravovací návyky, zejména v kombinaci s nedostatkem pohybu, mohou zvyšovat riziko nadváhy a obezity a přispívat ke vzniku onemocnění souvisejících se stravou jako je diabetes 2. typu nebo kardiovaskulární onemocnění.[2] Současně může mít výroba potravin negativní ekologické i sociální dopady. Příkladem je intenzivní využívání půdy spojené s produkcí a spotřebou masa, které přispívá ke změně klimatu a úbytku biologické rozmanitosti a v širších souvislostech i k problémům, jako jsou hlad nebo nedostatek vody. Ve srovnání s produkcí rostlinných potravin je totiž výroba masa mimořádně náročná na využití plochy.

Produkce potravin může navíc zatěžovat pracovní sílu, například prostřednictvím nevyhovujících pracovních podmínek. Otázka, jak zajistit udržitelnou výživu pro přibližně deset miliard lidí na světě v roce 2050 v rámci ekologických mezí naší planety, patří k nejzásadnějším výzvám současnosti.[3] Více informací je uvedeno ve **směrnicích společnosti Kaufland o kvalitním stravování a dobrých životních podmínkách zvířat**.



[1] AJPM: Healthy Lifestyle Score Including Sleep Duration and Cardiovascular Disease Risk (Skóre zdravého životního stylu včetně délky spánku a rizika kardiovaskulárních onemocnění), 2022.

[2] WHO: Obezita způsobuje rakovinu a je hlavním faktorem invalidity a úmrtnosti, upozorňuje nová zpráva WHO, 2022.

[3] BMUV: Planetare Belastbarkeitsgrenzen, 2024.

Náš strategický přístup: Kvalitní stravování

V rámci naší strategické oblasti „Kvalitní stravování" usilujeme o podporu zdraví našich zákazníků i o zachování ekologické rovnováhy planety. Negativní dopady našeho potravinového sortimentu na životní prostředí bereme vážně a aktivně pracujeme na jejich průběžném snižování. Opíráme se přitom o aktuální vědecké poznatky a koncept „Planetary Health Diet" vnímáme jako směrodatný přístup, který propojuje zdraví lidí s udržitelností, a využíváme jej jako východisko pro naše rozhodování. V tomto rámci podporujeme pestrou a zdravou stravu tím, že rozšiřujeme nabídku udržitelnějších alternativ, systematicky zvyšujeme udržitelnost vlastních výrobků, posilujeme podporu regionálních dodavatelů a usilujeme o zlepšování životních podmínek zvířat. Naším cílem je motivovat zákazníky k častější volbě regionálních, udržitelnějších a zdravějších produktů. Přitom klademe důraz na jednoduchost, široký výběr, radost z nákupu a chuťový zážitek.

Naše strategie v oblasti „Kvalitní stravování" vychází z těchto hlavních principů:

POŽITEK A CHUŤ POTRAVIN

ZDRAVÍ LIDÍ A ZDRAVÉ ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

ZDRAVÉ A UVĚDOMĚLÉ STRAVOVÁNÍ PRO VŠECHNY



Pro zajištění udržitelnější podoby výrobků a skladby sortimentu je pro nás důležitým rámcem také strategie Evropské unie „Od zemědělce ke spotřebiteli". Tato strategie byla zavedena v rámci European Green Deal a jejím cílem je zlepšit udržitelnost výroby potravin a jejich zásobování v celé Evropské unii. Sleduje přitom nadřazený záměr vytvořit evropský potravinový systém, který bude šetrnější k životnímu prostředí, zdravější a spravedlivější. Také regulatorní opatření, jako jsou poplatky za emise CO_2, poplatky za plasty nebo nařízení EU o produktech bez odlesňování (EUDR), jasně dokládají politickou vůli podporovat přechod k udržitelnějším výrobkům. Další informace k nařízení Evropské unie o odlesňování jsou uvedeny v kapitole **Ochrana prostředí**.

V našich nákupních politikách a pozičních dokumentech definujeme postupy a opatření pro udržitelnější sortiment a odpovědný nákup surovin. Rozsah platnosti těchto dokumentů je vždy jasně vymezen a liší se v závislosti na konkrétním tématu. Ve zmíněných dokumentech popisujeme naše přístupy a opatření směřující k udržitelnější skladbě sortimentu a odpovědnému získávání surovin. Působnost jednotlivých směrnic a pozičních dokumentů je vždy jasně vymezena a může se lišit podle konkrétního tématu.

STRATEGICKÁ OBLAST „KVALITNÍ STRAVOVÁNÍ" JE V KAUFLANDU POSTAVENA NA ČTYŘECH PILÍŘÍCH:

PODPORA PESTRÉ A ZDRAVÉ STRAVY

Nabídkou širokého výběru regionálních, čerstvých a udržitelně vyráběných potravin usilujeme o podporu zdraví a spokojenosti našich zákazníků. V tomto duchu vytváří Kaufland nabídku zdravějších alternativ a pomáhá zákazníkům volit zdravější způsob stravování. Nabízíme čerstvé ovoce a zeleninu i sortiment přizpůsobený specifickým stravovacím potřebám – od bezlepkových a bezlaktózových výrobků přes potraviny pro sportovce, včetně přehledných informací o kvalitních zdrojích bílkovin.

ROZŠIŘOVÁNÍ NABÍDKY UDRŽITELNĚJŠÍCH ALTERNATIV

Náš sortiment průběžně rozšiřujeme o udržitelnější alternativy, abychom zákazníkům umožnili činit nákupní rozhodnutí šetrnější k životnímu prostředí a odpovědná vůči společnosti. Díky rostoucí nabídce zdravějších a environmentálně šetrněji vyráběných produktů, například s certifikací Fairtrade z férového obchodu nebo v bio kvalitě, rozšiřujeme možnosti pro uvědomělou stravu a udržitelnější spotřebu. Naším cílem je nabídnout v každé skupině zboží alespoň jednu udržitelnější variantu. Přitom spolupracujeme s uznávanými certifikačními autoritami.

POSILOVÁNÍ REGIONALITY

Regionalita znamená krátké přepravní vzdálenosti, čerstvost, vysokou kvalitu a podporu domácích producentů. Regionální produkty jsou často sezónní: když má tuzemské ovoce a zelenina svou sezónu, je cesta od pěstitele až do regálu krátká – šetří se tak energie, snižuje se uhlíková stopa (CO_2e) a zároveň je zajištěna vyšší čerstvost. Z těchto důvodů systematicky rozšiřujeme nabídku regionálních produktů a klademe důraz na partnerskou a dlouhodobou spolupráci s místními dodavateli.

ZLEPŠOVÁNÍ ŽIVOTNÍCH PODMÍNEK ZVÍŘAT

Aktivně se zasazujeme o zlepšování podmínek chovu zvířat tím, že podporujeme produkty pocházející z odpovědnějších způsobů chovu a průběžně zvyšujeme naše standardy. Naším cílem je rozšiřovat nabídku výrobků z chovů s vyšší úrovní ochrany zvířat a podporovat uvědomělou spotřebu živočišných produktů. .

Nabízíme stále širší výběr výrobků, které odpovídají výše uvedeným čtyřem pilířům. Zaměřujeme se přitom jak na značkové produkty, tak na naše privátní značky. Vedle cíleného rozvoje sortimentu se soustředíme také na osvětu zákazníků, abychom je podporovali v uvědomělejších nákupních a spotřebitelských rozhodnutích. Zohledňujeme přitom různé způsoby stravování, rostoucí zájem o otázky ochrany životního prostředí i zvyšující se zájem o využívání digitálních nástrojů.

Další informace jsou uvedeny ve směrnicích společnosti Kaufland o kvalitním stravování a dobrých životních podmínkách zvířat.

Jak podporujeme kvalitní stravování

Základní rámec pro uvědomělejší stravování je ve společnosti Kaufland do značné míry utvářen oddělením Nákupu. Oddělení Nákupu společnosti Kaufland Česká republika i mezinárodní nákupní týmy vycházejí ze společně nastaveného rámce a v rámci své odpovědnosti za sortiment stanovují konkrétní cíle směřující k rozšiřování nabídky výrobků, které odpovídají čtyřem pilířům – s využitím vlastních poznatků, vědeckých informací, analýz trendů i sledování trhu a konkurence.

Naše nákupní oddělení odpovídá za rozvoj sortimentu a za výběr produktů privátních značek i výrobků od značkových výrobců pro naše prodejny. Přímý dialog o otázkách udržitelnosti probíhá mezi národními a mezinárodními organizačními složkami společnosti Kaufland a dodavateli privátních značek minimálně jednou ročně. Pravidelný dialog je pak součástí také spolupráce s výrobci značkových produktů. Dlouhodobá partnerství s dodavateli a výrobci jsou pro Kaufland zásadní pro dosahování cílů v oblasti udržitelnosti a zároveň zajišťují dodavatelům jistotu plánování.

Naše zásady a opatření směřující k udržitelnější skladbě sortimentu i k odpovědnému využívání a nákupu surovin jsou upraveny v řadě směrnic a interních pravidel. Ty jsou blíže popsány v kapitole **Šetrné nakládání se zdroji** a jsou dostupné také na našich **webových stránkách**.

Součástí našich přímých obchodních procesů je rovněž výroba masa a uzenin v masozávodech Kaufland. Ty jako součást skupiny Kaufland vyrábějí převážně masné a uzenářské výrobky pro prodejny Kaufland v Německu, Česku a na Slovensku a jsou v úzkém kontaktu s odděleními nákupu, zejména pokud jde o podobu sortimentu a stanovené požadavky. Vedle masozávodů Kaufland vyrábějí masné a uzenářské výrobky pro společnost Kaufland také další dodavatelé, a to za dodržení stejně přísných standardů.

Za dodržování právních předpisů v oblasti potravin, posuzování případných spotřebitelských podnětů i za interní požadavky na označování výrobků privátních značek odpovídají ve společnosti Kaufland oddělení nákupu ve spolupráci s řízením kvality, resp. zajištěním kvality. V otázkách bezpečnosti výrobků jsou tato oddělení v úzkém kontaktu s dodavateli privátních značek i s výrobními závody masozávodů Kaufland.

Komunikační opatření a iniciativy, jejichž cílem je podporovat zákazníky v uvědomělejších nákupních a spotřebitelských rozhodnutích, realizuje ve společnosti Kaufland útvar společenské odpovědnosti v úzké spolupráci s marketingem a firemní komunikací. Tyto aktivity jsou podporovány oddělením nákupu a řízením kvality. Podněty, připomínky či stížnosti mohou zákazníci uplatnit prostřednictvím různých mechanismů, například zákaznických linek v rámci zákaznického servisu. Příslušné odborné útvary tyto podněty individuálně posuzují. Zákazníci obdrží odpověď v přiměřené lhůtě a v případě potřeby jsou do řešení zapojeny další odborné útvary.



PODPORA PESTRÉ A ZDRAVÉ STRAVY

Usilujeme o podporu pestré a zdravé stravy tím, že nabízíme jedno z nejširších sortimentních portfolií regionálních, čerstvých a udržitelně vyráběných potravin. Tím přispíváme ke zdraví a spokojenosti našich zákazníků.

Produkty, které nabízejí více.

Kaufland v České republice má ve svém sortimentu vlastních značek

188

bio výrobků.

Kaufland nabízí v Čechách přes

430

biovýrobků.

Kaufland nabízí pestrou škálu výrobků určených pro uvědomělý a zdravý životní styl i způsob stravování. Každodenní konzumace ovoce a zeleniny hraje zásadní roli pro výživu a zdraví. Ve společnosti Kaufland Česká republika proto nabízíme více než 200 druhů ovoce a zeleniny.

Naše kvalitativní standardy pro ovoce a zeleninu přitom přesahují zákonné požadavky a výrazně omezují i povolené účinné látky s cílem udržet používání chemicko-syntetických pesticidů na co nejnižší úrovni. Tyto požadavky jsou stanoveny v **„Obecných specifikacích Kaufland" a „Seznamu vyloučených látek Kaufland"** pro zvláště nebezpečné či škodlivé pesticidy. Podrobnosti o pěstování a kontrole kvality na cestě od farmáře až do regálu jsou popsány v naší **Zprávě o transparentnosti v oblasti ovoce a zeleniny**.

Součástí péče o zdraví je také možnost pestré a vyvážené stravy v případě potravinových intolerancí a alergií. Náš široký sortiment proto zahrnuje mimo jiné sladkosti, mléčné výrobky a pekárenské produkty bez laktózy a lepku. Dále plníme specifické potřeby v oblasti sportovní výživy pomocí naší privátní značky K-Concept+ Sports. Nabídka produktů byla vyvinuta ve spolupráci s odborníky na výživu a sahá od proteinových a energetických tyčinek až po koktejly.

Abychom zákazníky podpořili v pravidelném příjmu bílkovin, zřetelně označujeme vysoký obsah bílkovin u vybraných mléčných výrobků a nabízíme pestrou škálu rostlinných i živočišných zdrojů bílkovin. V Čechách nabízíme širokou nabídku veganských a vegetariánských produktů včetně naší privátní značky K-take it veggie. V roce 2024 jsme ceny výrobků K-take it veggie srovnali s cenami srovnatelných živočišných produktů.

Pod naší privátní značkou K-Bio nabízíme výrobky bez obsahu barviv, zvýrazňovačů chuti či umělých aromat. Vedle privátní značky spolupracujeme také s předními výrobci a nabízíme produkty s prestižními certifikacemi, jako jsou Bioland a Demeter, čímž našim zákazníkům zajišťujeme nejvyšší úroveň ekologické kvality.

Zároveň usilujeme o větší transparentnost ohledně zastoupení živočišných a rostlinných zdrojů bílkovin v našem sortimentu. Za tímto účelem realizoval Kaufland v roce 2023 v Německu pilotní projekt, v jehož rámci bylo hodnoceno portfolio značkových výrobků i vlastních značek na základě metodiky World Wide Fund for Nature (WWF). Výsledky ukázaly, že přibližně deset procent položek v sortimentní skupině „mléčné výrobky" bylo v daném období nabízeno jako rostlinná alternativa a osm procent v segmentu „živočišné produkty" (např. maso). Do budoucna chce Kaufland posoudit vhodné metodické přístupy k vyhodnocení možností dalšího navyšování podílu rostlinných zdrojů bílkovin. V této souvislosti bude zohledněna zejména metodika rozdělení zdrojů bílkovin (protein split) od WWF Switzerland, jakož i nástroj Protein Tracker, který vyvinuly organizace Green Protein Alliance a ProVeg Netherlands.



Nový přístup k recepturám

Za účelem zlepšování nutričního profilu potravin spolupracujeme s našimi dodavateli na postupné optimalizaci receptur výrobků vlastních značek – například prostřednictvím snižování obsahu cukru a soli a využíváním udržitelnějších a zdravějších tuků s co nejvyšším podílem nenasycených mastných kyselin. Při snižování obsahu cukru, soli a tuku se zaměřujeme zejména na vybrané skupiny výrobků, které jsou často konzumovány dětmi, například slazené nápoje nebo snídaňové cereálie. Přitom dbáme na to, aby zůstala zachována kvalita i chuť výrobků, a nepoužíváme žádné náhražky. U nových receptur věnujeme pozornost co nejnižšímu obsahu cukru, soli a tuků již od samého počátku jejich vývoje. Výrobky, u nichž již ke snížení těchto složek došlo, jsou průběžně posuzovány z hlediska dalších možností optimalizace.

Zároveň usilujeme o to, aby byly přídatné látky používány pouze v nezbytných případech a aby byla zachována přirozená chuť výrobků. Proto u výrobků vlastních značek zpravidla nepoužíváme zvýrazňovače chuti ani umělá aromata, a pokud možno, se vyhýbáme také použití koření a kvasnicových extraktů.

Současně realizujeme různá opatření a iniciativy, jejichž cílem je zvyšovat povědomí dětí i dospělých o vědomém stravování a odpovědném přístupu k potravinám. U výrobků vlastních značek, které jsou podle kritérií Světové zdravotnické organizace (WHO) hodnoceny jako nezdravé, napříč všemi zeměmi upouštíme od obalového designu zaměřeného na děti.

UDRŽITELNĚJŠÍ ALTERNATIVY

V Kauflandu chceme našim zákazníkům nabízet ekologičtější a zodpovědnější možnosti nákupu. Proto průběžně rozšiřujeme sortiment udržitelnějších alternativ. Tam, kde je to možné, využíváme certifikované suroviny z udržitelných zdrojů a řídíme se přísnými kritérii, která přesahují zákonné požadavky. Naším cílem je nabídnout alespoň jednu udržitelnější alternativu v každé produktové skupině.

Zajištění vysoké kvality a bezpečnosti produktů

Kvalita našich výrobků a ochrana zdraví a bezpečnosti zákazníků mají pro nás nejvyšší prioritu – jen tak můžeme budovat důvěru a dlouhodobou spokojenost. Proto klademe důraz na důkladnou kontrolu všech dodávek podle standardizovaných postupů. Řada kontrol probíhá již před sklizní nebo před expedicí zboží.

Pro výrobky vlastních značek má Kaufland stanovené kvalitativní standardy pro suroviny, obsah nežádoucích látek i využívání udržitelných zdrojů, které v některých případech přesahují zákonné požadavky. V pravidelných intervalech zadáváme laboratorní testy potravin, drogistického zboží vlastních značek i krmiv pro zvířata externím akreditovaným laboratořím, přičemž rozsah a četnost kontrol vycházejí z posouzení rizik. Stejným způsobem jsou pravidelně analyzovány také nepotravinářské výrobky vlastních značek. Kontroly se vždy zaměřují na bezpečnost výrobků, jejich soulad s právními předpisy a celkovou kvalitu. Značkové výrobky jsou navíc testovány namátkově. Zvláštní pozornost přitom věnujeme také regionálním dodavatelům, a to s cílem zajistit vysokou úroveň bezpečnosti potravin. Zadávání kontrol a vyhodnocování výsledků probíhá v úzké spolupráci národního oddělení kvality a mezinárodního řízení kvality společnosti Kaufland.

Kromě toho jsou pravidelně prováděny audity výrobních provozů, a to na základě hodnocení rizik a v odůvodněných případech i bez předchozího ohlášení, prostřednictvím vybraných externích certifikačních organizací. V rámci auditů jsou mimo jiné posuzovány oblasti hygieny a kvality. Doplňkově probíhají také pravidelné audity přímo v zemědělských podnicích, které se účastní národního programu Kaufland v oblasti životních podmínek zvířat. Součástí těchto auditů je poradenství a odborná podpora zemědělců, stejně jako kontrola dodržování závazných kritérií Kauflandu pro chov zvířat. Tyto kontroly jsou prováděny mimo jiné za účasti nezávislých odborných institucí.

Pro naše strategické směřování a budování udržitelného sortimentu hrají důležitou roli také certifikační systémy. V oblasti potravin Kaufland spoléhá na uznávané standardy, jako jsou například Fairtrade, ekologické zemědělství (Bio) nebo Rainforest Alliance, které podporují sociálně a environmentálně šetrnější způsoby výroby. Výrobní provozy, které společnosti Kaufland dodávají potraviny a drogistické výrobky vlastních značek, jsou navíc certifikovány podle mezinárodních standardů International Featured Standards (IFS) nebo British Retail Consortium (BRC). Tyto certifikace jsou součástí dodavatelských požadavků společnosti Kaufland. Pokud nelze

příslušnou certifikaci doložit, probíhá posouzení rizik a audit, na jejichž základě je rozhodnuto o zahájení spolupráce s dodavatelem. Stejným požadavkům, včetně standardů IFS, podléhají také používané suroviny a výrobní podmínky v masozávodech Kaufland, které zároveň procházejí řadou kontrol kvality. Společně stanovenou zásadou je uvádět na trh výhradně bezpečné potraviny, zajišťovat trvale vysokou kvalitu a předcházet potenciálním zdravotním rizikům.

Veškerá potenciálně kritická zjištění z těchto procesů směřují přednostně k útvarům odpovědným za bezpečnost výrobků. Ty zajistí jejich okamžité posouzení, vyřešení případných problémů a zavedení odpovídajících opatření. Reklamace týkající se kvality výrobků i krizové situace související s výrobky jsou řízeny, posuzovány a řešeny příslušným útvarem odpovědným za zajištění kvality, resp. řízení kvality v oddělení nákupu. V případě potřeby mohou být do řešení zapojeni také další odborníci z útvaru Právo a governance společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG a externí právní poradci.

Pokud naši dodavatelé nedodržují zákonné požadavky nebo požadavky stanovené společností Kaufland, stanovujeme odpovídající nápravná opatření, která mohou v krajním případě vést až k ukončení spolupráce s dodavatelem.

Klíčovým prvkem v oblasti zajišťování kvality je komplexní systém řízení stížností. Ve společnosti Kaufland je tento systém ukotven v oblasti zákaznického servisu, resp. zákaznického managementu. Podněty a stížnosti zákazníků lze uplatnit telefonicky nebo prostřednictvím online formuláře na internetových stránkách společnosti Kaufland. Více informací o mechanismech pro podávání stížností ve společnosti Kaufland je uvedeno v kapitole **Správa a řízení společnosti**.

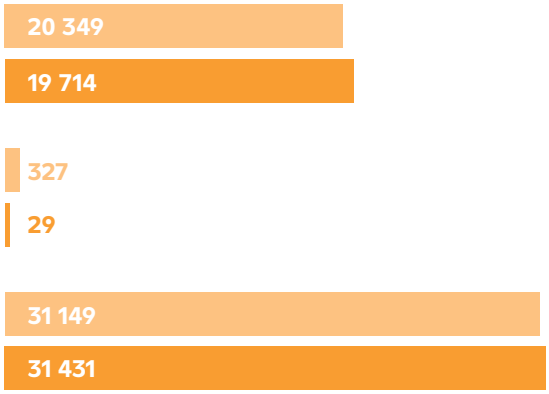
Další příklady zajištění kvality ve společnosti Kaufland zahrnují:

- Dodržování specifikovaných parametrů u výrobků privátních značek v potravinářském a drogistickém sortimentu, které v některých případech přesahují zákonné požadavky a zohledňují rovněž kritéria nevládních organizací a spotřebitelských testů, včetně odpovídajících kontrol prováděných nezávislými akreditovanými zkušebními institucemi
- Stanovení vlastních limitních hodnot pro rezidua pesticidů v nákupních politikách, které přesahují zákonné požadavky nařízení (ES) č. 396/2005
- Spolupráce se zemědělskými producenty certifikovanými podle standardu GLOBAL G.A.P. pro řízené zemědělské podnikání nebo podle systému jakosti QS
- Spolupráce se všemi pěstiteli ovoce a zeleniny a jejich podpora při zavádění doplňkového modulu GLOBAL G.A.P. GRASP, zaměřeného na sociální podmínky pracovníků
- Od ledna 2026: 100% certifikace našich dodavatelů ovoce a zeleniny z jedenácti rizikových zemí podle uznávaných mezinárodních vodohospodářských standardů
- Vyloučení nebezpečných pesticidů prostřednictvím příslušného seznamu vyloučených účinných látek obsahujícího více než 300 látek pro globální nákup ovoce a zeleniny

Informace o certifikovaných surovinách jsou k dispozici na našich webových stránkách.

Počet analýz výrobků

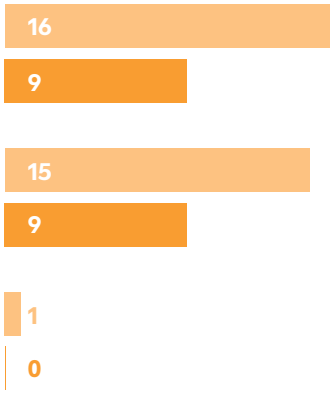
Kaufland International[4]
2023 2024



V rámci celé skupiny Kaufland bylo v hodnoceném roce staženo z trhu devět produktů privátních značek, zatímco v masozávodech k žádnému stažení výrobků nedošlo.

Počet stažených produktů[3]

Kaufland International
2023 2024



[1] Do kategorie Food jsou zahrnuty všechny potraviny a dále výrobky z oblasti Near-Food, např. kosmetika, prací, čisticí a úklidové prostředky, květiny a rostliny.

[2] Pokles počtu produktových analýz v oblasti Non-Food je způsoben změnou způsobu nákupu zboží od společnosti Lidl. Další informace jsou uvedeny v kapitole „Od původu až do regálu: sledovatelnost výrobků".

[3] Uváděn je počet různých prodejních položek, které byly předmětem veřejných stažení výrobků z trhu u vlastních značek. Stažení z prodeje (vrácení zboží) nejsou do tohoto údaje zahrnuta. Započítány jsou všechny aktivně zalistované položky (tj. výrobky zalistované alespoň v jedné prodejně) ke dni uzávěrky obchodního roku. Vyloučeny jsou: specifické prodejní formáty, testovací nákupní skupiny, vedlejší sortiment (a nerelevantní skupiny zboží), akční, zbytkové a sezonní položky, displeje a prodejní sety.

[4] Kaufland International zahrnuje společnosti Kaufland v Německu, Polsku, Česku, Chorvatsku, na Slovensku, v Bulharsku, Rumunsku a Moldavsku. Další informace jsou uvedeny v kapitole „O této zprávě".

Od původu až do regálu: sledovatelnost produktů

Ve společnosti Kaufland usilujeme prostřednictvím sledovatelnosti o co nejvyšší míru transparentnosti napříč celým hodnotovým řetězcem. To platí zejména pro výrobky privátních značek, u nichž jsme v přímém vztahu s našimi dodavateli. Proto je na obalech potravinových výrobků privátních značek – s výjimkou několika málo případů – uvedena informace o dodavateli, díky níž mohou zákazníci dohledat původ konkrétního produktu.

Zvláštní důraz klademe na sledovatelnost ryb a masa až k jejich původu. K tomuto účelu využíváme mimo jiné službu fTrace: po naskenování QR kódu a zadání čísla šarže uvedeného na obalu získají zákazníci u všech rybích a vybraných masných výrobků vlastních značek podrobné informace, například o původu nebo o výrobním či zpracovatelském podniku. Konkrétně se to týká výrobků privátních značek K-Blue Bay, K-Classic, K-Favourites, K-Bio, K-Purland a K-to go. Další skupiny zboží budou postupně následovat.

Transparentně zveřejňujeme původ výrobků vlastních značek a vlastních dovozů i mimo potravinářský sortiment. Každoročně konkrétně publikujeme a aktualizujeme sídla našich strategicky významných dodavatelů pro sortiment textilu a obuvi a pro oblast tvrdého zboží. Od konce roku 2021 postupně pověřujeme společnost Lidl nákupem stále větší části našich nepotravinářských výrobků vlastních značek, a proto v oblasti zveřejňování dodavatelů odkazujeme na její informace. V této souvislosti budou dodavatelé výrobků vlastních značek Lidl ve větší míře vyrábět také pro Kaufland a řídit se přitom požadavky stanovenými společností Lidl.

Jasná orientace díky označování produktů

Označování produktů je pro Kaufland klíčovým nástrojem, jak zákazníkům poskytovat jasné a spolehlivé informace a zároveň zajišťovat kvalitu, bezpečnost a transparentnost. Zboží vyráběné podle ekologických a sociálních standardů proto jednoznačně označujeme prostřednictvím nezávislých certifikací a příslušných certifikačních značek. Abychom přínosy těchto výrobků zřetelně vysvětlili, informujeme spotřebitele o jejich udržitelných vlastnostech v našich letácích i přímo na obalech. Vybrané výrobky vlastních značek například označujeme logem „Rozhodují činy" v kombinaci s relevantními a běžně uznávanými certifikačními značkami, jako jsou Fairtrade nebo Rainforest Alliance.

Ve sledovaném roce jsme nadále pracovali také s vlastními označeními udržitelnosti, jejichž cílem je poskytovat zákazníkům transparentní informace o ekologicky a sociálně odpovědných produktech. S ohledem na připravovanou směrnici EU o environmentálních tvrzeních (tzv. Green Claims Directive) jsme však zahájili jejich kritické přezkoumání. Naším cílem je, aby tato sdělení byla srozumitelnější, lépe doložitelná a ověřitelná, a aby se tak předešlo zavádějícím environmentálním tvrzením a bylo zajištěno plné splnění budoucích právních požadavků.

Zákazníky zároveň informujeme o správném třídění a nakládání s obaly a podporujeme jejich odpovědný přístup v této oblasti. V rámci strategie REset Resources proto i nadále využíváme pokyny ke třídění a likvidaci obalů u vícesložkových obalových materiálů. Další informace jsou uvedeny v kapitole **Šetrné nakládání se zdroji**.

NAŠE INTERNÍ OZNAČENÍ PRODUKTŮ:

Rozhodují činy.

I my chceme přispívat k tomu, aby byl svět alespoň o něco lepší. Proto se již dlouhodobě angažujeme například v oblasti potravin z udržitelnějšího zemědělství a v ochraně životního prostředí, klimatu a biologické rozmanitosti. Naše aktivity shrnujeme pod mottem „Rozhodují činy."

Více informací na: https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny.html

---

Baleno odpovědně
Výrazně menší množství obalového materiálu
kaufland.cz/baleni

Logo „Baleno odpovědně" informuje o opatřeních, která jsme přijali ke zlepšení obalových řešení, zejména s cílem snížit jejich environmentální dopady.

Více informací na: https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny/plast/redukce-plastu/baleno-odpovedne.html

---

Opakovaně použitelné

Logo „Opakovaně použitelné" označuje non-food výrobky, které lze používat opakovaně a nejsou určeny k jednorázovému použití. Toto označení je využíváno výhradně v komunikačních materiálech.

Více informací na: https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny/plast/redukce-plastu.html

---

Složení bez mikro-plastů

Logo „Složení bez mikroplastů" informuje o tom, že daný výrobek neobsahuje mikroplasty. Označení se vztahuje výhradně k receptuře výrobku, nikoli k jeho obalu ani k nosným materiálům, jako jsou například ubrousky nebo vatové tampony.

Více informací na: https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny/mikroplasty.html

---

Nebalené zboží

Logo „Nebalené zboží" označuje výrobky z oddělení ovoce a zeleniny, které jsou nabízeny bez obalů. Toto označení je využíváno výhradně v rámci komunikace se zákazníky.

Více informací na: https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny/plast/redukce-plastu.html

---

PRO ZAJIŠTĚNÍ TRANSPARENTNOSTI A KVALITY VYUŽÍVÁME ROVNĚŽ NÁSLEDUJÍCÍ NEZÁVISLÁ EXTERNÍ OZNAČENÍ, CERTIFIKACE A SYSTÉMY:







04 OCHRANA PŘÍRODY

Ochrana přírody je nedílnou součástí našeho každodenního jednání. Ve strategické oblasti Ochrana přírody soustředíme naše aktivity do několika strategických pilířů – od ochrany klimatu v našich provozech a udržitelnějšího pojetí mobility, přes snižování emisí spojených s naším sortimentem až po ochranu biologické rozmanitosti. V této kapitole ukazujeme, jak tuto odpovědnost naplňujeme napříč celým hodnotovým řetězcem. Společně s našimi partnery pracujeme na budoucnosti, která je dobrá pro všechny.

STRATEGICKÉ A OPERATIVNÍ CÍLE

Naše poslání: Ochrana přírody je klíčem k udržitelné budoucnosti. Uvědomujeme si, že odpovědný přístup k přírodě je nezbytným předpokladem pro zachování kvality života budoucích generací. Prostřednictvím ambiciózních cílů a konkrétních opatření se spolu s ostatními národními společnostmi skupiny Kaufland aktivně zasazujeme o důslednou ochranu životního prostředí a zachování biodiverzity. Náš závazek však přesahuje hranice našich vlastních provozů: do procesů udržitelné transformace v rámci celého hodnotového řetězce systematicky zapojujeme všechny naše partnery a zainteresované strany.

Cíl	Termín	Měření ukazatelů KPI	Stav	Plnění cílů v obchodním roce 2024
Společnosti skupiny Schwarz, do níž patří i Kaufland, se zavázaly k emisní neutralitě, tedy k cíli dosáhnout nulové bilance emisí všech skleníkových plynů, které produkují, a to nejpozději do roku 2050.	2050	Validace cíle Net Zero iniciativou SBTi	↗	Cíle podléhají validaci iniciativou SBTi
Kaufland sníží své provozní emise (Scope 1 a 2) do roku 2030 o 80 % ve srovnání s výchozím rokem 2019.[2]	2030	Emise skleníkových plynů Scope 1 a 2	↗	70,88 %
Kaufland sníží své nepřímé emise v oblasti zemědělství a lesního hospodářství do roku 2034 o 42,4 % (výchozí rok 2022).	2034	Emise skleníkových plynů Scope 3	↙	+2,02 %
Kaufland sníží své nepřímé emise vznikající v důsledku spotřeby energie a průmyslových procesů do roku 2034 o 35 % ve srovnání s výchozím rokem 2022.	2034	Emise skleníkových plynů Scope 3	↗	8,59 %
Kaufland se zavazuje snížit absolutní emise Scope 3 vznikající v důsledku používání prodávaných pohonných hmot do roku 2034 o 58,8 %.	2030	Emise skleníkových plynů Scope 3	↗	1,31 %
Dodavatelé, kteří jsou souhrnně odpovědní za 80 % emisí souvisejících s produkty, budou povinni stanovit si do konce roku 2026 vlastní klimatické cíle v souladu s kritérii iniciativy SBTi.	Konec roku 2026	Podíl dodavatelů, kteří si stanovili klimatické cíle v souladu s kritérii iniciativy SBTi (ve vztahu k emisím, kterých má být dosaženo).	↗	54,00 %[1]

✓ Splněno ↗ Nárůst ↙ Pokles = Beze změny ⚙ V procesu

[1] Stav k červnu 2025.
[2] Cíl pro Scope 1 a 2 zahrnuje rovněž biogenní emise a odstraňování biogenních vstupních surovin.

ŘÍDICÍ PŘÍSTUP

Podle Zprávy o globálních rizicích, kterou zveřejnilo Světové ekonomické fórum (WEF), představují environmentální rizika největší hrozby, jimž bude lidstvo v nejbližších letech čelit. Tyto faktory mají zásadní význam především pro potravinářský sektor a maloobchod, které jsou přímo závislé na stabilitě přírodních ekosystémů. Ve společnosti Kaufland si plně uvědomuje komplexnost těchto výzev. Jako odpověď na ně jsme vyvinuli robustní strategii společenské odpovědnosti, která nám umožňuje systematicky řídit naše dopady a zvyšovat odolnost našeho podnikání. Podrobné informace o našem strategickém rámci a řízení naleznete v kapitole Správa a řízení společnosti.

Výzva: Jak čelit environmentálním krizím

Globální změna klimatu přináší zásadní výzvy a vyžaduje aktivní přístup napříč celou společností – včetně společnosti Kaufland. Na jedné straně výroba, zpracování a přeprava našich produktů, zejména zemědělských komodit, produkují významné množství emisí skleníkových plynů. Současně spotřebováváme energii nezbytnou pro zajištění každodenního provozu, čímž vznikají také naše přímé emise skleníkových plynů. Zároveň jsme však vystaveni významným rizikům, zejména v oblasti zemědělství, kde mohou extrémní povětrnostní jevy vést k výpadkům úrody, omezené dostupnosti zboží, snížení plánovací jistoty a k růstu cen produktů i surovin.

Biologická rozmanitost, označovaná také jako biodiverzita, představuje základ veškerého života na Zemi. Vedle genetické rozmanitosti a rozmanitosti ekosystémů tvoří druhová rozmanitost jeden z klíčových pilířů biodiverzity; všechny tyto složky jsou vzájemně úzce propojeny. Druhová rozmanitost na souši, ve vodě, v půdě i ve vzduchu je nezbytná pro fungování ekosystémů, a tím i pro zajištění naší potravinové bezpečnosti. Mnohé druhy hmyzu, například volně žijící včely, prostřednictvím opylování přispívají k zachování přibližně 80 % volně rostoucích i pěstovaných rostlin na Zemi. Přesto však dochází k výraznému úbytku populací téměř poloviny všech druhů hmyzu a vědecké poznatky naznačují, že mnoha druhům hrozí v blízké budoucnosti vyhynutí. Kromě úbytku přirozených stanovišť k tomuto vývoji přispívá také rozšiřování zemědělských ploch, vznik monokultur a používání chemicky syntetických pesticidů.

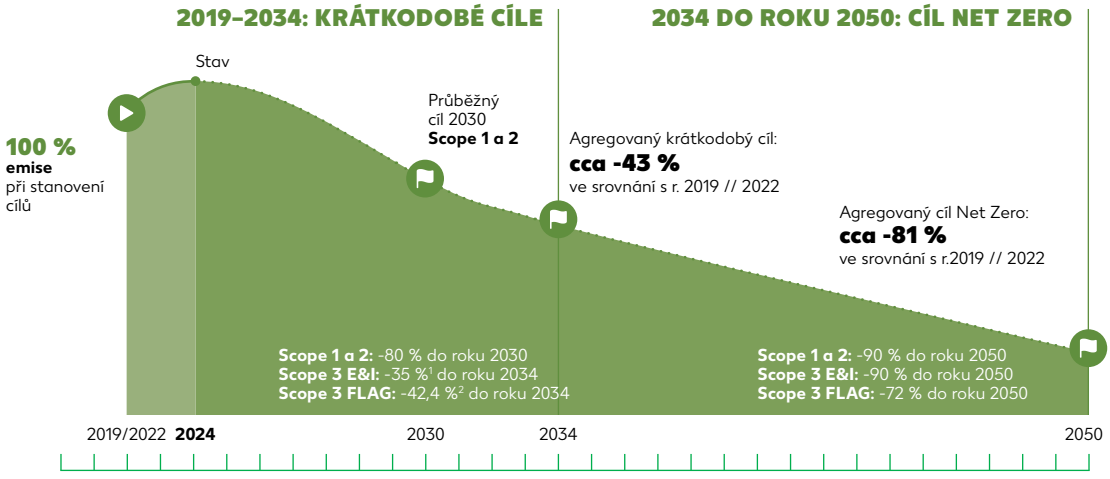


Náš strategický přístup k ochraně přírody

Společnost Kaufland si je vědoma vlastních dopadů na životní prostředí i důsledků změny klimatu na stabilitu svého podnikání. Z tohoto důvodu jsme definovali ochranu klimatu jako jedno ze svých strategických klíčových témat. Naším primárním cílem je minimalizovat vlastní uhlíkovou stopu a systematicky snižovat emise skleníkových plynů v celém dodavatelském řetězci.

Naše aktivity přitom vycházejí z vědecky podložených klimatických cílů společností skupiny Schwarz, které tvoří pevný základ našeho přístupu. Společnosti skupiny Schwarz se v roce 2020 připojily k iniciativě Science Based Targets Initiative (SBTi), a tím se zároveň zavázaly sladit své klimatické cíle s cíli Pařížské dohody. SBTi provedla odborné posouzení a validaci aktualizovaných krátkodobých klimatických cílů předložených společnostmi skupiny Schwarz. V rámci celé skupiny nyní společně usilujeme o snížení provozních emisí skleníkových plynů (Scope 1 a 2) do roku 2030 celkem o 48 % ve srovnání se základním rokem 2019.

V rámci tohoto společného úsilí si Kaufland stanovil ambicióznější cíl – snížit své provozní emise skleníkových plynů (Scope 1 a 2) do roku 2030 o 80 % oproti roku 2019. Jako součást skupiny Schwarz dále rozšiřujeme své dosavadní závazky vůči dodavatelům. Nově zavádíme absolutní cíle pro snižování emisí v celém hodnotovém řetězci (Scope 3) a naše dodavatele v jejich plnění aktivně podporujeme. V oblasti nepřímých emisí (Scope 3) sladujeme cíle společnosti Kaufland s cíli, které byly společně přijaty na úrovni skupiny Schwarz. Konkrétně to znamená snížení nepřímých emisí v oblasti zemědělství a lesního hospodářství (FLAG) o 42,4 % a snížení emisí v oblasti spotřeby energie a průmyslových procesů (E&I) o 35 % do roku 2034, a to ve srovnání s výchozím rokem 2022. Kaufland se rovněž zavazuje snížit do roku 2034 absolutní emise Scope 3 vznikající v důsledku používání prodávaných pohonných hmot o 58,8 % ve srovnání s rokem 2022. Zároveň se zavazujeme zajistit, aby si dodavatelé, kteří jsou odpovědní za 80 % emisí souvisejících s produkty, stanovili do roku 2026 vlastní klimatické cíle v souladu s kritérii SBTi. V září 2024 podaly společnosti skupiny Schwarz u iniciativy SBTi společně oficiální závazek k dosažení cíle Net Zero.



[1] E&I: emise vznikající v důsledku spotřeby energie a průmyslových procesů; zahrnuje také cíl snížit emise vznikající při používání prodávaných pohonných hmot o 58,8 % do roku 2034.

[2] FLAG: emise v oblasti zemědělství a lesního hospodářství; cíl zahrnuje závazek zajistit dodavatelské řetězce bez odlesňování pro klíčové suroviny od 31. 12. 2025.

V rámci našeho příspěvku k závazku Net Zero společností skupiny Schwarz do roku 2050 jde Kaufland ještě o krok dál a stanovuje si závazné cíle snižování emisí skleníkových plynů, které výrazně překračují dosavadní cíle.

Scope 1 a 2: snížení o 90 % ve srovnání s výchozím rokem 2019

Scope 3: FLAG: snížení o 72 % a 1 E&I: snížení o 90 % ve srovnání s výchozím rokem 2022

NAŠE AMBICE NAPLŇUJEME VE ČTYŘECH KLÍČOVÝCH OBLASTECH KLIMATICKÉ STRATEGIE:

ENERGIE



Jedním z klíčových nástrojů pro posilování ochrany klimatu je využívání obnovitelných zdrojů energie. Ve společnosti Kaufland již téměř ze 100 %[3] využíváme elektřinu z obnovitelných zdrojů. Zároveň se zaměřujeme na další rozvoj vlastní výroby energie z obnovitelných zdrojů a na systematické zvyšování energetické účinnosti.

MOBILITA



Další prioritou naší komplexní strategie v oblasti ochrany klimatu je rozvoj koncepcí mobility a logistiky, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Naším klíčovým cílem v této oblasti je systematické rozšiřování nabíjecí infrastruktury pro elektromobily v našich provozech, čímž podporujeme přechod na čistou mobilitu pro naše zákazníky i zaměstnance. Souběžně s tím se v rámci logistiky zaměřujeme na implementaci alternativních technologií pohonu, které nám umožňují efektivně snižovat emise v celém distribučním řetězci.

KLIMATICKY ŠETRNĚJŠÍ SORTIMENT



Úprava sortimentu jako nástroj pro posilování ochrany klimatu se přímo dotýká hlavní činnosti společnosti Kaufland. Proto úzce spolupracujeme s našimi dodavateli s cílem snižovat emise skleníkových plynů. V této souvislosti Kaufland dále upravuje své portfolio, rozšiřuje nabídku a například stále více zařazuje rostlinné alternativy k živočišným výrobkům.

KLIMATICKY ŠETRNĚJŠÍ VÝSTAVBA



Kaufland klade velký důraz na energeticky úspornou a udržitelnou výstavbu prodejen, logistických center a administrativních budov. Naším cílem je dodržovat uznávané národní i mezinárodní standardy udržitelného stavebnictví, například prostřednictvím dřevěných konstrukcí nebo využívání recyklovaných materiálů. V tomto ohledu podstupujeme příslušné certifikace a naše interní požadavky průběžně rozvíjíme, a to i s ohledem na inovativní a udržitelnější stavební materiály.

Společnost Kaufland si je vědoma také významu biodiverzity jako základního předpokladu fungujících ekosystémů a stabilních zemědělských dodavatelských řetězců. Proto se aktivně zasazujeme o ochranu biologické rozmanitosti – od zemědělských pěstebních ploch až po udržitelnější rozhodování při tvorbě sortimentu. Zároveň se Kaufland zapojuje do iniciativ, které aktivně podporují rozvoj a prosazování standardů v oblasti biodiverzity; viz část „Iniciativy a členství" v kapitole **Správa a řízení společnosti**.

[1] Zahrnuje také cíl snížit emise vznikající při používání prodávaných pohonných hmot o 58,8 % do roku 2034.

[2] Cíl zahrnuje závazek zajistit dodavatelské řetězce bez odlesňování pro klíčové suroviny od 31. 12. 2025.

[3] S výjimkou smluv o dodávkách energie, které společnosti skupiny Schwarz nemohou ovlivnit, například u jednotlivých pronajatých objektů s pevně stanoveným dodavatelem elektřiny. Další informace jsou k dispozici na: **https://spolecnost.kaufland.cz/clovek-priroda/klima.html**

Jak posilujeme náš závazek vůči životnímu prostředí

Základní strategický směr v oblasti ochrany klimatu byl společnostmi skupiny Schwarz, jejíž součástí je i Kaufland, společně vypracován a schválen. Do tohoto procesu byla zapojena všechna relevantní oddělení napříč jednotlivými útvary, jako jsou CSR, nákup, provoz, nemovitosti, logistika nebo personalistika. V rámci společnosti Kaufland koordinuje mezinárodní oddělení společenské odpovědnosti globální implementaci klimatické strategie napříč odbornými útvary ve všech zemích působnosti. Centrála společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG vypracovává konkrétní opatření na zmírnění změny klimatu, která vycházejí ze společných cílů skupiny. Tyto ambice, cíle a technické požadavky jsou následně komunikovány příslušným národním oddělením společnosti Kaufland v jednotlivých zemích, čímž se zajišťuje jednotný postup a efektivní plnění stanovených závazků na lokální úrovni.

Téma biodiverzity je pevnou součástí procesů napříč několika divizemi, které ji v rámci svých kompetencí integrují do každodenní praxe. Oddělení nákupu nese klíčovou odpovědnost za dodržování a implementaci ekologických norem v rámci celého dodavatelského řetězce. V úzké spolupráci s oddělením zajištění kvality zároveň řídí strategické cíle v oblasti udržitelného získávání surovin a regulace používání pesticidů. Oddělení CR INT společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG hraje v tomto ekosystému podpůrnou roli – působí jako strategický katalyzátor a interní konzultant, který odborným útvarům poskytuje potřebnou expertízu. Paralelně s tím je oddělení nemovitostí a výstavby odpovědné za environmentální aspekty při plánování, realizaci a následném provozu prodejen i logistických center, čímž zajišťuje ochranu biotopů přímo v místě našich provozoven.

SNIŽOVÁNÍ EMISÍ SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ

Emise skleníkových plynů představují jeden z hlavních faktorů globální změny klimatu. S cílem tomuto vývoji čelit dlouhodobě a systematicky usilujeme o měřitelné snižování našich emisí ve všech relevantních oblastech. Prostřednictvím cílených opatření napříč celým hodnotovým řetězcem pracujeme na dlouhodobém snižování naší uhlíkové stopy[1]. Průběžně analyzujeme možnosti, jak omezit nebo zcela předcházet emisím CO_2e v rámci vlastního provozu i dodavatelského řetězce, a tím se přibližovat k naplnění našich klimatických cílů.

Celkové emise skleníkových plynů skupiny Kaufland se v obchodním roce 2024 meziročně zvýšily o 4,1 %; ve společnosti Kaufland Česká republika se emise zvýšily o 2,26 %.

Nárůst emisí v dodavatelském řetězci (Scope 3) v obchodním roce 2024 byl částečně ovlivněn expanzí společností skupiny Kaufland a specifiky použité metodiky výpočtu. Klíčovým faktorem tohoto vývoje bylo proaktivní přizpůsobení procesů sběru dat v rámci přípravy na přísné požadavky směrnice o podávání zpráv o udržitelnosti podniků (CSRD). Tyto metodické úpravy si vyžádaly časový

[1] Analyzované zdroje emisních faktorů zahrnují mezinárodní organizace (např. IEA, IPCC), databáze LCA (např. Ecoinvent, Optimeal), národní instituce (např. DBEIS/DEFRA) a rovněž průmyslové svazy a organizace (např. Plastics Europe, FEFCO). Za účelem zajištění srovnatelnosti s předchozími roky nejsou při výpočtech v některých případech použity nejaktuálněji dostupné emisní faktory.

posun v obdobích sběru dat pro klíčové ukazatele výkonnosti (KPI). V důsledku toho byly pro obchodní rok 2024 uplatněny kvalifikované předpoklady, což může do určité míry ovlivnit přímou meziroční porovnatelnost dat. Tento krok je však nezbytný pro zajištění plného souladu s budoucími regulačními standardy a pro zvýšení dlouhodobé transparentnosti našeho nefinančního reportingu.

PŘÍMÉ A NEPŘÍMÉ EMISE SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ V T EKVIVALENTU CO_2 (SCOPE 1, 2 A 3)[2 3 4]

	Kaufland International			Kaufland Česká republika	
	2023	2024		2023	2024
Emise Scope 1	**403 920** **1,17 %**	**354 280** **0,98 %**	↓	**42 238,19**	**36 648,14**
Fugitivní emise	254 064	204 605		33 820,36	28 267,16
Mobilní spalovací zařízení	32 116	32 322		2 653	2 616,15
Stacionární spalovací zařízení	117 740	117 353		5 764,83	5 764,83
Emise Scope 2	**28 410** **0,08 %**	**28 410** **0,08 %**	=	**4 777,87**	**4777,87**
Dálkové vytápění	28 410	28 410		4 777,87	4777,87
Elektrická energie (market based)	0	0		0	0
Emise Scope 3	**34 164 181** **98,75 %**	**35 631 891** **98,94 %**	↑	**3 482 044,62**	**3 567 408,35**
Kat. 3.1 Nakupované zboží a služby	29 533 050	30 852 797		3 145 900,13	3 196 822,92
Kat. 3.2 Kapitálové statky	261 014	290 745		21 274,36	23 236,93
Kat. 3.3 Emise související s palivy a energií	242 921	256 537		24 257,11	24 835,38
Kat. 3.4 Přeprava (upstream)	1 213 183	1 283 163		90 588,95	93 543,98
Kat. 3.5 Provozní odpady	64 329	61 258		8 973,97	8 394,98
Kat. 3.6 Služební cesty	24 347	26 082		584,01	696,82
Kat. 3.7 Dojíždění zaměstnanců	178 014	183 234		17 608,8	17 685,6
Kat. 3.9 Přeprava (downstream)	0	0		0	0
Kat. 3.10 Zpracování prodaných výrobků	0	0		0	0
Kat. 3.11 Použití prodaných výrobků	1 288 740	1 271 085		54 590,53	83 621,32
Kat. 3.12 Nakládání s použitými výrobky po skončení životnosti	135 864	140 272		118 266,75	118 570,42
Kat. 3.15 Investice	718	718		-	-
Celkem	**34 596 510**	**36 014 580**	↑	**3 526 407,68**	**3 606 218,21**

[2] V důsledku zaokrouhlování hodnot mohou při součtech vznikat drobné odchylky.

[3] Z důvodu nevýznamnosti nejsou emise v kategoriích skleníkových plynů 3.8, 3.13 a 3.14 zahrnuty do bilance.

[4] Analyzované zdroje emisních faktorů zahrnují mezinárodní organizace (např. IEA, IPCC), databáze LCA (např. Ecoinvent, Optimeal), národní instituce (např. DBEIS/DEFRA) a rovněž průmyslové svazy a organizace (např. Plastics Europe, FEFCO). Za účelem zajištění srovnatelnosti s předchozími roky nejsou při výpočtech v některých případech použity nejaktuálněji dostupné emisní faktory.

ABYCHOM DOSÁHLI NAŠICH KLIMATICKÝCH CÍLŮ, PRACUJEME PRŮBĚŽNĚ TAKÉ NA SYSTEMATICKÉM SNIŽOVÁNÍ INTENZITY EMISÍ SKLENÍKOVÝCH PLYNŮ NA JEDNOTKU EKONOMICKÉ VÝKONNOSTI (m^2).

Intenzita skleníkových plynů	Kaufland International 2023	Kaufland International 2024	Kaufland Česká republika 2023	Kaufland Česká republika 2024
Součet emisí skleníkových plynů v t CO_2e	34 596 510	36 014 580	3 526 407,68	3 606 218,21
Intenzita emisí skleníkových plynů v kg CO_2e/m^2	3 913	3 979	5 114	5 111

V obchodním roce 2024 jsme zaznamenali mírný nárůst intenzity emisí skleníkových plynů z hodnoty 3 913 na 3 979 kg CO_2e/m^2. Tento vývoj je primárně způsoben emisemi Scope 3, zejména v kategoriích 3.1 Nakupované zboží a služby, 3.4 Přeprava (upstream) a 3.12 Nakládání s použitými výrobky po skončení životnosti. Navzdory tomuto nárůstu, který poukazuje na vliv vnějších faktorů, nadále důsledně plníme své závazky. Intenzivně pracujeme na systematickém snižování intenzity emisí skleníkových plynů s cílem dosáhnout našich dlouhodobých klimatických cílů.



NAŠE KLÍČOVÁ OPATŘENÍ

V rámci naší klimatické strategie realizujeme široké spektrum opatření zaměřených na snižování emisí skleníkových plynů. V jednotlivých klíčových oblastech jsme již zavedli řadu iniciativ, které významně přispívají k naplňování našich cílů. Následující přehled shrnuje vybraná, mezinárodně konsolidovaná klíčová opatření. Podrobné informace jsou uvedeny v následujících kapitolách.



VYUŽÍVÁNÍ OBNOVITELNÝCH ZDROJŮ ENERGIE

- Elektřinu odebíráme téměř ze 100 %[1] z obnovitelných zdrojů
- 209 lokalit je vybaveno fotovoltaickými elektrárnami
- Vyrobené množství elektřiny by dokázalo zásobit 7 102 rodinných domů[2]
- Více než 98 % vyrobené elektřiny je spotřebováno přímo v místě výroby

Zelená elektřina na úrovni téměř

100 %[1]

Prodejny s fotovoltaickými systémy

+30,63 %[5]



REKUPERACE TEPLA Z CHLADICÍCH ZAŘÍZENÍ A TEPELNÁ ČERPADLA

- 507 budov využívá rekuperaci tepla z chlazení produktů
- Více než 432 budov je vybaveno tepelnými čerpadly

Rekuperace tepla z chlazení produktů

+14,7 %[5]

Budovy s tepelným čerpadlem

+10,2 %[5]



SLUŽBY ELEKTROMOBILITY

- V 790 lokalitách nabízíme dobíjecí stanice pro elektromobily[3] a na 2 lokalitách také pro elektrická nákladní vozidla
- Celkem se jedná o více než 2 200 dobíjecích stanic[3]
- Množství elektřiny dodané prostřednictvím našich dobíjecích stanic (20 728 MWh) by umožnilo elektromobilu ujet 103 641 513 km[2]

Lokality s dobíjecími stanicemi pro elektromobilitu

+46,6 %[5]

Počet dobíjecích bodů

+47,3 %[5]

[1] S výjimkou smluv o dodávkách energie, které společnosti skupiny Schwarz nemohou ovlivnit, například u jednotlivých pronajatých objektů s pevně stanoveným dodavatelem elektřiny. Další informace jsou k dispozici na: **https://spolecnost.kaufland.cz/clovek-priroda/klima.html**

[2] Předpokládá se průměrná roční spotřeba energie přibližně 3 470 kWh na jeden rodinný dům.

[3] Ve vlastnictví společnosti a provozované vlastními silami.

[4] Předpokládá se průměrná spotřeba 20 kWh na 100 km.

[5] Ve srovnání s předchozím rokem.

PROVOZ ŠETRNÝ KE KLIMATU

Napříč naším provozem prosazujeme kulturu úzké spolupráce s cílem maximalizovat energetické úspory a zvyšovat energetickou efektivitu. Implementací cílených technologických a procesních opatření kontinuálně snižujeme emise skleníkových plynů v celém našem hodnotovém řetězci.

Snižování spotřeby prostřednictvím energetické účinnosti



V rámci zvyšování energetické účinnosti se zaměřujeme na precizní monitoring a řízení spotřeby energie prostřednictvím pokročilých systémů energetického managementu. Všechny národní společnosti v rámci skupiny Kaufland jsou certifikovány podle normy ISO 50001. Všechny masozávody společnosti Kaufland jsou navíc certifikovány podle normy ISO 14001 a sledují svou spotřebu energie pomocí softwaru pro energetický management. Tyto systémy umožňují včas identifikovat neefektivnosti, potenciál optimalizace a přijímat odpovídající opatření. Kaufland pravidelně provádí interní a externí energetické audity.

Pro dosažení stanovených cílů uplatňuje Kaufland široké spektrum přístupů a opatření. Jako jednu z klíčových aktivit k naplnění našich klimatických cílů odebíráme od obchodního roku 2022 elektřinu téměř ze 100 %[1] z obnovitelných zdrojů.

Zároveň usilujeme o využívání nízkoemisních zdrojů energie při nové výstavbě i modernizaci stávajících objektů, a tím o další snižování emisí CO_2e. Od roku 2012 využíváme ve všech nových prodejnách inovativní energetický koncept označovaný jako Kälte-Klima-Verbund (integrovaný chladicí a klimatizační systém) , který umožňuje efektivní využití odpadního tepla z chladicích zařízení pro vytápění prodejen. V zimním období tento systém pokrývá více než 80 % potřeby tepla. Systém je v případě potřeby doplněn reverzibilním tepelným čerpadlem typu vzduch–voda, které slouží jak k vytápění, tak k temperování budov v letních měsících. Díky využívání této technologie Kaufland snižuje spotřebu energie i emise CO_2e. K dalšímu omezení emisí přispívá také skutečnost, že chladicí zařízení ve více než 209 prodejnách Kauflandu jsou provozována s využitím přírodních chladiv, jako

[1] S výjimkou smluv o dodávkách energie, které společnosti Skupiny Schwarz nemohou ovlivnit, například u jednotlivých pronajatých objektů s pevně stanoveným dodavatelem elektřiny. Další informace jsou k dispozici na: **https://spolecnost.kaufland.cz/clovek-priroda/klima.html**

je propan nebo CO_2. V rámci modernizací rovněž obnovujeme osvětlení a postupně přecházíme na LED technologii. Společnost Kaufland Česká republika od roku 2022 již vybavila LED osvětlením všechny prodejny.

Ve společnosti Kaufland neustále vyhledáváme nové příležitosti ke snižování energetické náročnosti. Aktivně přitom podporujeme participaci našich zaměstnanců, jejichž podněty předložené prostřednictvím interního systému managementu nápadů slouží jako cenný zdroj inovací pro zefektivnění našeho provozu.

Také masozávody společnosti Kaufland si stanovily cíl systematicky optimalizovat spotřebu energie ve vlastních provozech. Optimalizované procesy plánování výroby a slučování výrobních linek již vedly ke zvýšení efektivity, které se pozitivně promítá do energetické náročnosti. Mezi aktuální opatření patří například optimalizace a obnova chladicích zařízení, stejně jako pravidelná kontrola systému stlačeného vzduchu. Při pořizování nových technologií je důsledně kladen důraz na energeticky účinná řešení.

CELKOVÁ SPOTŘEBA ENERGIE V RÁMCI SPOLEČNOSTÍ SKUPINY KAUFLAND

Ve sledovaném období došlo k mírnému meziročnímu nárůstu celkové spotřeby energie o 0,86 %. Přímé srovnání aktuálních energetických ukazatelů s předchozím rokem je však možné pouze v omezené míře. V důsledku úprav v procesu sběru dat byly ukazatele dopočítány na základě hodnot předchozího roku. V našich odhadech jsme důsledně zohlednili významnou expanzi naší sítě, abychom poskytli co nejvěrnější a nejrealističtější obraz o energetické náročnosti společnosti. Tímto metodickým přístupem zajišťujeme, že i přes přechod na nový systém sběru dat poskytujeme trhu a partnerům ověřitelná, transparentní a validní data o spotřebě, která jsou v souladu s našimi standardy reportingu.

SPOTŘEBA ENERGIE[1 2]

Kaufland International

Kaufland Česká republika

v MWh	2024	2023		2023	2024
Celková spotřeba energií[1, 2]	**3 133 129,4**	**3 106 403,3**	↑	**268 354,9**	**268 221,9**
z obnovitelných zdrojů	2 257 872,2	2 229 806,4		206 950,8	206 969,9
	72,1 %	71,8 %		77,1 %	77,2 %
z neobnovitelných zdrojů	875 257,2	876 596,9		61 404,1	61 251,9
	27,9%	28,2 %		22,9 %	22,8 %
Mobilní spalování	**127 802,4**	**126 318,7**	↑	**10 370,9**	**10 237,6**
z obnovitelných zdrojů	702,8	0,0		-	19,1
z neobnovitelných zdrojů	127 099,5	126 318,7		10 370,9	10 218,5
Spotřeba elektřiny	**2 262 926,7**	**2 235 563,7**	↑	**206 552,2**	**206 552,2**
z obnovitelných zdrojů	2 256 269,9	2 228 906,9		206 552,2	206 552,2
od externích dodavatelů	2 232 060,1	2 208 259,0		206 526,1	206 526,1
vlastní výroby	24 209,8	20 647,9		26,1	26,1
z neobnovitelných zdrojů	6 656,9	6 656,9		0	0
od externích dodavatelů	0,0	0,0		0	0
vlastní výroby	6 656,9	6 656,9		0	0
Spotřeba tepelné energie – dálkové teplo	**115 978,9**	**115 978,9**	=	**19 836,6**	**19 836,6**
z obnovitelných zdrojů	398,6	398,6		398,6	398,6
od externích dodavatelů	398,6	398,6		398,6	398,6
vlastní výroby	0,0	0,0		-	-
z neobnovitelných zdrojů	115 580,3	115 580,3		19 438	19 438
od externích dodavatelů	115 580,3	115 580,3		19 438	19 438
vlastní výroby	0,0	0,0		-	-
Topný olej (neobnovitelný zdroj)	**40 987,0**	**40 987,0**	=	**6 500**	**6 500**
Zemní plyn (neobnovitelný zdroj)	**580 509,8**	**582 630,4**	↓	**31 526,7**	**31 526,7**
Záložní zdroje a sprinklerová zařízení	**4 161,1**	**4 161,1**	=	**-**	**-**
z obnovitelných zdrojů	500,9	500,9		-	-
z neobnovitelných zdrojů	3 660,3	3 660,3		-	-

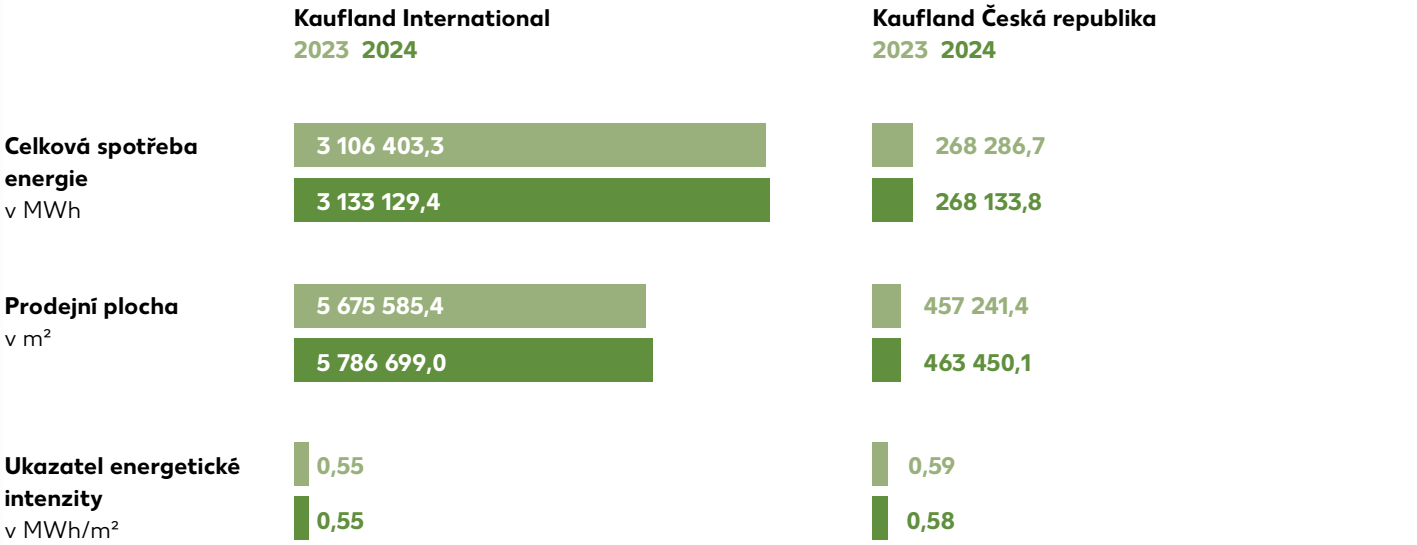
ww

[1] V případech, kdy nebyly v době zpracování zprávy k dispozici aktuální údaje, byly použity hodnoty z předchozího roku.
[2] V důsledku zaokrouhlování hodnot mohou při součtech vznikat drobné odchylky.

Energetická náročnost

Celkově lze ve společnosti Kaufland v hodnoceném roce konstatovat stabilní vývoj energetické intenzity ve srovnání s předchozím rokem.

V Kauflandu Česká republika se toto číslo meziročně snížilo o 0,06 %.



Udržitelnější výstavba

Při naší expanzi klademe důraz na energeticky účinnou a co nejvíce udržitelnou výstavbu prodejen, administrativních budov a logistických center. Klimaticky šetrná řešení a využívání technologií s nižšími emisemi v provozu nám umožňují snižovat provozně podmíněné emise. Naše stavební standardy průběžně přezkoumáváme a tam, kde je to smysluplné, je dále rozvíjíme s ohledem na ochranu životního prostředí a energetickou účinnost. Soustavně přitom vyhodnocujeme nová opatření a materiály, které přinášejí ekologické přínosy nebo zvyšují energetickou efektivitu našich budov.

Společnost Kaufland v několika zemích buduje vlastní testovací prodejny (pilotní projekty), na nichž jsou ve spolupráci s mezinárodními odbornými útvary společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG ověřována inovativní a udržitelná řešení v reálných podmínkách. Patří sem například využívání alternativních stavebních materiálů s důrazem na principy oběhového hospodářství (Circular Economy), jako je dřevo nebo střešní hydroizolační pásy, které jsou z 60 % vyrobeny z recyklovaných plastových fólií. Díky těmto praktickým testům získáváme cenné poznatky pro další rozvoj udržitelnější a k přírodním zdrojům šetrnější výstavby.

Současně zohledňujeme uznávané národní i mezinárodní standardy udržitelného stavebnictví, například systém Excellence in Design for Greater Efficiencies (EDGE). Všechny objekty v našem vlastnictví jsou již certifikovány podle standardu EDGE; k červenci 2025 se jednalo celkem o 957 budov napříč jednotlivými zeměmi.

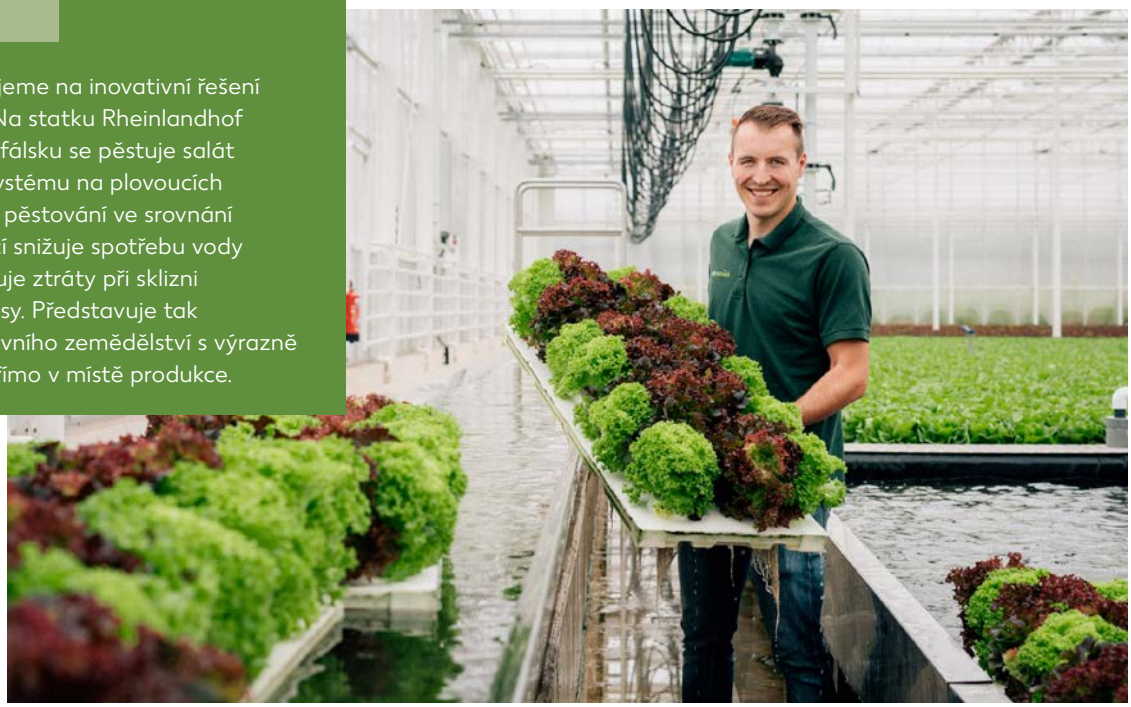
Tímto standardem jsou certifikovány všechny vlastněné prodejny společnosti Kaufland ve všech zemích. Další budovy, například novostavby po zahájení projektu, administrativní a logistické objekty, budou certifikovány v průběhu letošního roku. Více než 40 % budov společnosti Kaufland již dosáhlo certifikace EDGE Advanced; ve společnosti Kaufland Česká republika činil podíl prodejen k redakční uzávěrce 23,5 %.

KLIMATICKY ŠETRNĚJŠÍ DODAVATELSKÝ ŘETĚZEC

Nejvýraznější environmentální dopad generujeme v rámci našeho dodavatelského řetězce (Scope 3). Z tohoto důvodu se společnost Kaufland prioritně zaměřuje na transformaci dodavatelských řetězců směrem k vyšší klimatické ohleduplnosti, zejména v segmentu potravin. Implementujeme přísnější standardy udržitelnosti, zvyšujeme transparentnost nákupních procesů a podporujeme metody výroby, které efektivně využívají přírodní zdroje. Klíčovým akcelerátorem tohoto vývoje je úzká strategická kooperace s našimi dodavateli.

Příklad z Německa

V Německu se zaměřujeme na inovativní řešení v oblasti zemědělství. Na statku Rheinlandhof v Severním Porýní-Vestfálsku se pěstuje salát v uzavřeném vodním systému na plovoucích deskách. Tento způsob pěstování ve srovnání s tradiční polní produkcí snižuje spotřebu vody přibližně o 90 %, omezuje ztráty při sklizni a zároveň zvyšuje výnosy. Představuje tak konkrétní příklad efektivního zemědělství s výrazně nižší spotřebou vody přímo v místě produkce.



Jedním z výrazných příkladů této spolupráce je partnerství mezi centrálou Kaufland Stiftung & Co. KG a agrotechnologickou společností Klim. Společně podporují zemědělce při přechodu na regenerativní zemědělské postupy, které přispívají ke snižování emisí skleníkových plynů a zároveň podporují ukládání uhlíku v půdě. Prostřednictvím tzv. insettingových projektů Kaufland financuje klimatická opatření přímo ve vlastním dodavatelském řetězci. Modulární a flexibilní platforma společnosti Klim umožňuje sledovat umožňuje sledovat emise i jejich dosažené snížení přímo na úrovni jednotlivých zemědělských podniků. Digitální aplikace motivuje zemědělce k zavádění regenerativních postupů, například prostřednictvím pestřejších osevních postupů, omezení používání syntetických hnojiv a pesticidů nebo snížení intenzity zpracování půdy. Díky této spolupráci jsme úspěšně implementovali dekarbonizační opatření u pěstitelů ovsa pro naši privátní značku K-Classic (produktová řada müsli). K úsporám přispěla například optimalizace osevních postupů a hnojení. Digitální platforma zároveň zemědělcům poskytuje nástroje pro dokumentaci zavádějících regenerativních opatření.

Náš závazek k udržitelnějšímu zemědělství a ochraně zdrojů sahá od podpory ekologičtějších zemědělských postupů a odpovědného hospodaření s vodou až po sociálně odpovědné a k životnímu prostředí šetrné pěstování surovin. Konkrétní projekty v našich národních společnostech ukazují, jak v praxi realizujeme udržitelnost společně s našimi lokálními partnery.

Prosazování klimaticky uvědomělé úpravy sortimentu

Vzhledem k tomu, že zejména živočišné produkty jsou spojeny s vysokými emisemi skleníkových plynů, upravujeme v Kauflandu náš sortiment tak, aby byl postupně méně emisně náročný. Systematicky proto rozšiřujeme nabídku rostlinných alternativ. U naší vlastní značky K-take it veggie jsme zároveň upravili cenovou úroveň tak, aby odpovídala srovnatelným výrobkům živočišného původu. Tím Kaufland podporuje vyvážené stravování a zároveň přispívá ke snižování emisí skleníkových plynů v dodavatelském řetězci. K naplnění tohoto cíle přispívá rovněž rozšiřování regionálního sortimentu. Více informací je uvedeno v kapitole **Kvalitní stravování**.



OPTIMALIZACE DOPRAVY A LOGISTIKY

Také cesta našich výrobků od výrobce až do regálů je spojena s emisemi. Ve společnosti Kaufland proto systematicky optimalizujeme přepravní trasy i logistické procesy s cílem snižovat emise skleníkových plynů napříč celým hodnotovým řetězcem. Klíčový důraz přitom klademe na širší využívání vhodných druhů dopravy a na energeticky úsporný provoz skladových kapacit. Součástí těchto opatření je také postupné nasazování vozidel s elektrickým pohonem a budování odpovídající dobíjecí infrastruktury.

Rozvoj dobíjecí infrastruktury pro elektromobilitu

Při rozšiřování dobíjecí infrastruktury u našich provozoven spolupracuje Kaufland se silnými partnery a zahajuje cílenou spolupráci nejprve v pilotních projektech. Společnost Kaufland Stiftung například v roce 2023 otevřela v Německu ve svém logistickém centru v Möckmühlu (Bádensko-Württembersko) dobíjecí park s osmi dobíjecími stanicemi, z nichž každá je vybavena samostatným pruhem pro elektrický tahač. V tomto projektu spolupracuje Kaufland Stiftung se společností Einride, jedním z předních poskytovatelů inteligentních řešení pro digitální, elektrickou a autonomní nákladní dopravu, s cílem nasazovat elektrická nákladní vozidla při zásobování prodejen. Od uvedení dobíjecího parku do provozu se již podařilo ušetřit přibližně 700 tun CO_2 (stav k květnu 2025).



Současně Kaufland průběžně rozšiřuje nabídku dobíjecích stanic pro osobní automobily u svých prodejen. Ke konci obchodního roku 2024 bylo ve společnosti Kaufland Česká republika v provozu celkem 290 dobíjecích bodů u 99 prodejen.

Ochrana klimatu prostřednictvím efektivní dopravy a logistiky

Již dnes jsou všechna naše logistická centra provozována s důrazem na udržitelnost, a to prostřednictvím využívání energeticky účinných technologií a obnovitelných zdrojů energie. Zásadní principy udržitelné logistiky byly ve společnosti Kaufland, jako součásti skupiny Schwarz, společně napříč jednotlivými oblastmi definovány a promítnuty do uceleného strategického rámce, který tvoří základ pro realizaci celé řady konkrétních opatření. Východiskem pro jejich plánování a vyhodnocování jsou komplexní data, jež jsou nedílnou součástí naší klimatické bilance. V obchodním roce 2024 způsobily přepravní činnosti ve společnosti Kaufland emise přibližně 1,28 milionu tun CO_2e (2023: 1,21 milionu tun CO_2e); ve společnosti Kaufland Česká republika činily emise 93 543,98 tun CO_2e. Jednou z hlavních oblastí pozornosti je využívání nízkoemisní těžké nákladní dopravy.

Zároveň podporujeme naše přepravní partnery v přechodu na logistiku s nižší uhlíkovou stopou a vytváříme podmínky pro to, aby byli schopni své emise systematicky měřit a snižovat. Právě ve spolupráci se spedičními společnostmi vidíme značný potenciál pro další omezení emisí skleníkových plynů. Za účelem posouzení technického stavu vozového parku z hlediska energetické účinnosti a emisí CO_2e nechává Kaufland napříč jednotlivými zeměmi auditovat více než 100 partnerských spedičních společností specializovanou firmou FUMO. Spedičním společnostem, které auditem úspěšně projdou, je následně uděleno označení „Green Carrier". Výsledky auditů umožňují identifikovat konkrétní oblasti pro zavedení opatření, například v oblasti individuální spotřeby energie, a tím cíleně snižovat emise CO_2e. Do budoucna plánuje Kaufland provádět tato hodnocení u každého distribučního dopravce každoročně.

Závazek společnosti Kaufland k inovativní a udržitelné logistice je oceňován i odbornou veřejností. Na začátku roku 2024 byl Kaufland oceněn v rámci udílení cen Reta za úspěšné zavedení automatizovaného systému vychystávání zboží ve svých distribučních centrech, a to v kategorii zaměřené na výjimečné technologické projekty v maloobchodu.

Oceněné úsilí

Dlouhodobé a systematické úsilí přináší výsledky. Za komplexní snižování emisí CO_2e získal Kaufland v roce 2023 jako první společnost v německém maloobchodě s potravinami ocenění „Lean & Green 3rd Star". Toto environmentální ocenění iniciativy Lean & Green vyzdvihuje dlouholetý závazek společnosti v oblasti udržitelné logistiky. Kaufland obdržel první ocenění Lean & Green již v roce 2014. Následoval „1st Star" v roce 2016, „2nd Star" v roce 2019 a nyní také „3rd Star". V rámci iniciativy se společnosti podařilo snížit emise o více než 40 % ve srovnání s definovaným výchozím rokem. Díky těmto výsledkům se Kaufland řadí mezi průkopníky v oboru. Tyto úspěchy potvrzují náš přínos k udržitelnému rozvoji a posilují naši roli jednoho z lídrů v oblasti udržitelné logistiky.

Kratší přepravní trasy díky regionálním dodavatelům

Kratší přepravní vzdálenosti znamenají nižší emise. Proto v našem sortimentu potravin upřednostňujeme regionální dodavatele, což znamená krátké přepravní trasy, čerstvost, kvalitu a podporu místních podniků. Produkty pocházející od regionálních dodavatelů jsou navíc často sezónní. V období, kdy má domácí ovoce a zelenina svou sezónu, je cesta od regionálního pěstitele až do prodejního regálu výrazně kratší. Ve srovnání s dováženými produkty tak kratší přepravní trasy a doba skladování vedou k nižší spotřebě energie, nižším emisím CO_2e a především k vyšší čerstvosti. Další informace jsou uvedeny v kapitole **Kvalitní stravování**.

BIODIVERZITA A PŮDA

Jak bylo uvedeno v předchozím textu, biodiverzita představuje základ našeho širokého potravinového sortimentu. Zemědělská produkce však může mít zároveň negativní dopady na druhovou rozmanitost. Společnost Kaufland proto přijímá řadu opatření, jejichž cílem je přispívat k ochraně a zachování biodiverzity a minimalizovat negativní vlivy na životní prostředí. Tato opatření zahrnují mimo jiné snižování používání pesticidů, odpovědné hospodaření s vodou a podporu dodavatelských řetězců bez odlesňování.

Na úrovni jednotlivých produktů se opíráme o různé certifikace, které zohledňují také kritéria ochrany biodiverzity. Patří mezi ně ekologické certifikace, certifikace Forest Stewardship Council (FSC®) u výrobků na bázi dřeva, certifikace Marine Stewardship Council (MSC) a Aquaculture Stewardship Council (ASC) u ryb, certifikace Rainforest Alliance u kávy a banánů a certifikace Fairtrade u kakaa. Naše úsilí potvrzují také neziskové organizace. V hodnocení Palm Oil Scorecard 2024 organizace World Wide Fund for Nature dosáhl Kaufland velmi dobrého výsledku – z celkem 285 hodnocených společností se umístil na 11. místě.

Cílené snižování používání pesticidů

Klíčovým pilířem naší ochrany biodiverzity je strategie managementu pesticidů. Už od roku 2006 spolupracujeme s dodavateli na projektech integrovaného zemědělství, které systematicky snižují nebo úplně zamezují používání chemických látek při pěstování ovoce a zeleniny. Normy společnosti Kaufland jsou přísnější než platná legislativa. Striktně omezujeme povolené účinné látky a řídíme se vlastním seznamem vyloučených přípravků na ochranu rostlin. Ten zakazuje nejen látky s mezinárodním omezením (podle WHO či Rotterdamské a Stockholmské úmluvy), ale i další látky, které považujeme za nebezpečné pro životní prostředí. **Všeobecné specifikace Kaufland a Seznam výjimek Kaufland pro zvláště nebezpečné nebo rizikové pesticidy** obsahují v tomto ohledu podrobné informace a pokyny. Naším cílem je, aby se na pulty našich prodejen dostávaly produkty s absolutním minimem reziduí.

Ve společnosti Kaufland prosazujeme zásadu, že pesticidy se smí používat pouze v nezbytných případech, pokud neexistují žádné agronomické alternativy. Dodržování našich interních předpisů, které patří k nejpřísnějším v odvětví, pravidelně ověřujeme prostřednictvím nezávislých kontrol. Díky tomuto přístupu jsme se stali průkopníky ve snižování používání přípravků na ochranu rostlin nejen u ovoce a zeleniny, ale také u květin a rostlin. V naší **Zprávě o transparentnosti pro ovoce a zeleninu** a **Zprávě o transparentnosti pro květiny a rostliny** nabízíme komplexní vhled do přísně regulovaného používání přípravků na ochranu rostlin v Kauflandu a do našeho závazku k zachování biologické rozmanitosti.

Ochrana lesů prostřednictvím odpovědného nákupu

V souladu s novým nařízením EU o výrobcích nepoškozujících lesy (EUDR)[1] se společnosti skupiny Schwarz aktivně podílely v expertních skupinách definujících pravidla náležité péče. Od 30. prosince 2025 toto nařízení určuje, že klíčové suroviny jako dřevo, kakao, káva, kaučuk, palmový olej, sója a hovězí maso (včetně výrobků z nich) nebudou přispívat k odlesňování.

Společnost Kaufland plně integruje požadavky EUDR do své nákupní strategie a svůj postoj potvrdila také podpisem prohlášení WWF o ochraně lesů a životního prostředí. Kaufland se rovněž zasazuje o to, aby se působnost EUDR vztahovala také na další zalesněné plochy („other wooded lands"[2]). Tento krok by přispěl k lepší ochraně významných ekosystémů na globální úrovni a zároveň by usnadnil praktické uplatňování nařízení jak podnikům, tak příslušným orgánům veřejné správy a zajistil rovné podmínky hospodářské soutěže.

Kaufland se tématu odlesňování aktivně věnuje také na úrovni Evropské unie, a to prostřednictvím svazu EuroCommerce a v rámci účastnického fóra německého Spolkového ministerstva pro výživu a zemědělství. Společnost se rovněž zapojila do testování informačního systému EUDR Evropské komise a předložila návrhy na jeho další zlepšení. Ochranu před odlesňováním proto Kaufland zařadil mezi klíčové oblasti řízení souladu dodavatelských řetězců s právními a interními požadavky.

Jednou z hlavních surovin v kontextu opatření proti odlesňování je sója. Kaufland proto stále více využívá sóju evropského původu s cílem účinně přispívat k ochraně lesů. Na podporu pěstování geneticky nemodifikované sóji v Evropě jsme již v roce 2019 navázali partnerství s organizací Donau Soja. V roce 2024 Kaufland podpořil pěstitele sóji na Ukrajině, v Chorvatsku, Srbsku a Bosně a Hercegovině, kteří prostřednictvím tohoto partnerství certifikovali svou produkci jako geneticky nemodifikovanou a udržitelnější.

Dobrovolný závazek týkající se dodavatelských řetězců sóji, které nezpůsobují odlesňování (Kaufland)

[1] Nařízení (EU) 2023/1115 – anglické znění, dostupné na portálu EUR-Lex (europa.eu).
2 Podle definice Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO).

Podpora udržitelnějšího zemědělství

Kaufland se věnuje tématům biodiverzity i nad rámec problematiky odlesňování a spolupracuje přitom s dalšími zainteresovanými partnery. Společnost Kaufland Stiftung & Co. KG zahájila v roce 2020 ve spolupráci s institutem s Leibniz-Institut für Gemüse- und Zierpflanzenbau e. V. a společností Gemüsering Stuttgart GmbH vědecký projekt zaměřený na podporu udržitelných zemědělských postupů. V rámci projektu je dlouhodobě sledováno a odborně doprovázeno téměř 20 zemědělských podniků ze tří pěstitelských skupin – zelenina, ovoce a brambory – v Německu, Polsku a České republice. Cílem je analyzovat stav biodiverzity, obsah humusu a úrodnost půdy a na základě vědeckých poznatků tyto parametry cíleně zlepšovat. Výsledky úvodního hodnocení aktuálního stavu půdy byly zveřejněny v odborné vědecké publikaci. Na jejich základě jsou od roku 2022 v zapojených podnicích realizována konkrétní opatření na podporu zdraví půdy.

Ochrana biodiverzity prostřednictvím našich vlastních prodejen

Zelené fasády a střechy jako součást konceptu Green Building.

V rámci vlastních prodejen společnosti Kaufland tvoří základ ochrany biodiverzity koncept Green Building, za jehož rozvoj a uplatňování odpovídá útvar nemovitostí společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG. Výstavba nových budov může mít totiž dopad na biodiverzitu, například v důsledku zástavby a zpevňování ploch. Z tohoto důvodu jsou u nových staveb společnosti Kaufland již ve společně připravovaných stavebních specifikacích standardně zakotveny požadavky na vegetační úpravy – například na realizaci extenzivních zelených střech, které jsou u nových projektů systematicky posuzovány. V případě plánovaných novostaveb, přestaveb nebo demolic necháváme rovněž zpracovávat odborné posudky zaměřené na ochranu druhů, zejména na posouzení výskytu hnízdišť a rozmnožovacích stanovišť živočichů, jako jsou ptáci nebo netopýři. Zjištěné skutečnosti jsou následně zohledňovány při přípravě a realizaci stavebních záměrů.

Současně rozvíjíme strategické přístupy zaměřené na systematické posilování biodiverzity také v rámci již existujících nemovitostí a jejich bezprostředního okolí. Mezi realizovaná opatření patří například instalace hmyzích hotelů a ptačích budek, zakládání květnatých pásů podporujících opylovače nebo vytváření naučných včelích stezek. V rámci konceptu Green Building neustále vyvíjíme a testujeme nová řešení, která pak smysluplně zavádíme do praxe v celém Kauflandu. K již testovaným opatřením patří například zelené fasády a střechy prodejen nebo zelené střechy boxů na nákupní vozíky u vybraných prodejen.

Budování partnerství pro řešení šetrná k přírodě

Další partnerství významně přispívají k podpoře druhové rozmanitosti a ochraně biodiverzity. Společnost Kaufland Stiftung & Co. KG je v této oblasti od roku 2016 podporována německou nadací Bodensee-Stiftung, která se podílí na rozvoji biodiverzitních projektů. Nadace hodnotí opatření na podporu biodiverzity i přírodě blízká řešení pro ochranu klimatu a zasazuje je do širšího strategického rámce. Zaměstnanci společnosti Kaufland mají navíc možnost se pravidelně vzdělávat v oblasti biodiverzity prostřednictvím virtuálních školení. Z této odborné expertízy těží všechny národní společnosti Kauflandu, které tak mají přístup k aktuálním poznatkům a vývoji v dané oblasti.

Kaufland je rovněž zakládajícím členem sdružení Food for Biodiversity e. V. a v jeho rámci se angažuje jménem všech národních společností Kauflandu. Prostřednictvím tohoto sdružení se zástupci potravinářských podniků, profesních svazů a tvůrci norem zapojují do projektů na ochranu biologické rozmanitosti. Kaufland v této souvislosti v pilotních projektech testuje základní soubor biodiverzitních kritérií, který byl v rámci sdružení vypracován. Cílem je přispět ke zvyšování standardů ochrany biodiverzity v potravinářské produkci na evropském trhu.

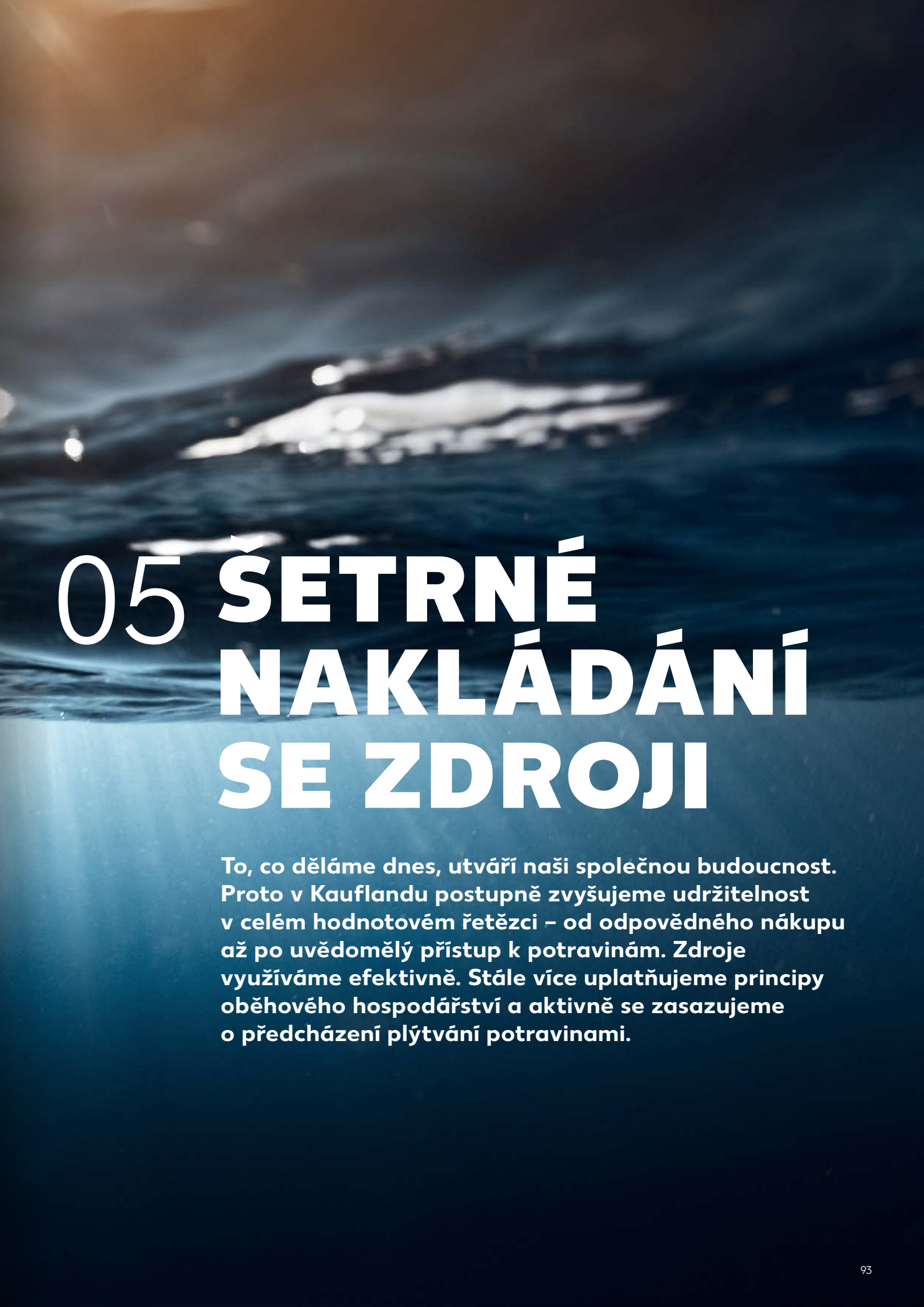
Významnou roli v ochraně klimatu i zachování jedinečných rostlinných a živočišných druhů hrají také rašeliniště a mokřady jako cenné ekosystémy. Prostřednictvím projektů zaměřených na jejich obnovu se naše společnost zapojuje do konkrétních opatření přímo v terénu. V dubnu 2024 spojila společnost Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG své síly s partnery Coca-Cola Europacific Partners a Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN). V průběhu tří let budou v devíti přírodních parcích v Německu obnoveny celkem čtyři mokřadní a luční oblasti a pět rašelinišť bude znovu zavodněno.

Zároveň se ukazuje, že mokrá rašeliniště lze obhospodařovat šetrným způsobem. Tento potenciál využívá Allianz der Pioniere v rámci iniciativy toMOORow, v jejímž rámci jsou testována řešení přinášející přínosy nejen pro klima, ale i z ekonomického hlediska. Kaufland se stal prvním maloobchodním prodejcem potravin, který se k této alianci připojil, a podporuje tak perspektivní zemědělské využití znovu zavodněných rašelinišť. V rámci tzv. paludikultury se na těchto plochách pěstují rostliny s vysokou tolerancí k vodě, jako jsou například ostřice, třtina rákosovitá, orobinec, rákos nebo olše černá. Tyto rostliny mohou sloužit jako cenné regionální obnovitelné suroviny například pro stavebnictví, výrobu izolačních materiálů, papíru, obalů nebo dřevních kompozitů. Jako partnerská společnost testuje Kaufland v pilotních projektech využití stavebních a papírenských materiálů s cílem uvést osvědčená řešení na trh. Výsledkem je přínos pro všechny zúčastněné: zemědělství získává nové zdroje příjmů, hospodářství nové ekonomické příležitosti a ochrana klimatu i biodiverzity je dále posilována.

Kaufland je prvním maloobchodním prodejcem potravin, který se stal součástí sdružení Allianz der Pioniere.







05 ŠETRNÉ NAKLÁDÁNÍ SE ZDROJI

To, co děláme dnes, utváří naši společnou budoucnost. Proto v Kauflandu postupně zvyšujeme udržitelnost v celém hodnotovém řetězci – od odpovědného nákupu až po uvědomělý přístup k potravinám. Zdroje využíváme efektivně. Stále více uplatňujeme principy oběhového hospodářství a aktivně se zasazujeme o předcházení plýtvání potravinami.

STRATEGICKÉ A OPERATIVNÍ CÍLE

Na naše výrobky nahlížíme v širších souvislostech a posuzujeme jejich dopady v průběhu celého životního cyklu – od získávání surovin až po jejich opětovné využití. Z tohoto přístupu vychází i naše cílené úsilí o snižování spotřeby přírodních zdrojů v hodnotových řetězcích a o podporu přemýšlení i jednání založených na principech oběhového hospodářství.

Cíl	Termín	Měření ukazatelů KPI	Stav	Plnění cílů v obchodním roce 2024
Do roku 2025 bude Kaufland v průměru používat 25 % recyklátu[1] v obalech svých vlastních značek vyrobených z plastu.	2025	Dosažení cíle v procentech	↗	Mezinárodně 26 % Kaufland Česká republika 15 %
Do roku 2025 Kaufland zajistí, aby byly všechny plastové obaly vlastních značek maximálně recyklovatelné.	2025	Dosažení cíle v procentech	↗	Mezinárodně 60% Kaufland Česká republika 57%
Do roku 2025 sníží Kaufland množství plastu v obalech vlastních značek a plastových přepravních pomůckách o 30 % ve srovnání se základním rokem 2017.	2025	Dosažení cíle v procentech	↙	Mezinárodně 44% Kaufland Česká republika 43%
Do konce roku 2030 sníží Kaufland své potravinové odpady o 50 % ve srovnání s rokem 2018.	2034	Cíle a metody měření jsou v současnosti revidovány		
Do roku 2030 nechá Kaufland všechny své národní společnosti certifikovat podle normy DIN SPEC 91436.	2030	Nový cíl Dosažení cíle v procentech	↗	Mezinárodně 25% Kaufland Česká republika 0%

✓ Splněno ↗ Nárůst ↙ Pokles = Beze změny ⚙ V procesu

[1] Za recyklát v rámci dané produktové kategorie považujeme 100% PCR (Post-Consumer Recyklát, tedy recyklovaný plast pocházející z domácího odpadu), včetně barvy (barevných pigmentů) a plniva (bebFiller).

Naše cíle v oblasti surovin

Pro vybrané suroviny jsou v dokumentu „Obecné požadavky na udržitelnost" pro vlastní značky Kaufland stanoveny konkrétní cíle a závazné požadavky.

Používané certifikace:

- **Rainforest Alliance**
- **Fairtrade**
- **Bio (Bioland, Demeter, EU Bio, Naturland)**

Stav 2024



KÁVA

Kaufland využívá 100 % udržitelně certifikované kávové produkty

Podíl udržitelné kávy (vlastní značky) na sortimentu kávy (vlastní značky)

Mezinárodně **89,9 %**

Česká republika **66,7 %**



PRAŽENÁ KÁVA

Kaufland využívá 100 % udržitelně certifikované pražené kávové produkty

Podíl udržitelných položek pražené kávy (vlastní značky) na sortimentu pražené kávy (vlastní značky)

Mezinárodně **86,4 %**

Česká republika **52,4 %**



KAKAO

Kaufland využívá 100 % udržitelně certifikované kakao

Podíl udržitelného kakaa (vlastní značky) na sortimentu kakaa (vlastní značky)

Mezinárodně **83,4 %**

Česká republika **69,5 %**



ČAJ (ČERNÝ/ ZELENÝ/ROOIBOS)

Kaufland využívá 100 % udržitelně certifikovaný čaj: černý, zelený, bílý a rooibos

Podíl udržitelného čaje (černý/zelený/rooibos; vlastní značky) na sortimentu čajů (černý/ zelený/rooibos; vlastní značky).

Mezinárodně **98,4 %**

Česká republika **64,3 %**

ŘÍDÍCÍ PŘÍSTUP

Rostoucí spotřeba zdrojů má výrazné dopady nejen na životní prostředí, ale také na dostupnost klíčových surovin – a tím i přímo na náš obchodní model. Těmto výzvám čelíme prostřednictvím odpovědného nákupu založeného na naší surovinové strategii a současně důsledně uplatňujeme v praxi naši komplexní strategii oběhového hospodářství REset Resources.

Výzvy globálního zajišťování surovin

Hlavní výzvou v oblasti ochrany zdrojů je sladit hospodářský růst a rostoucí spotřebu s ekologickými limity naší planety. Suroviny přitom pro mnoho lidí představují zdroj obživy, příjmů a zároveň tvoří základ našeho sortimentu. Výroba i nakládání s výrobky po skončení jejich životnosti jsou však spojeny s řadou výzev, včetně environmentálních dopadů, kterým se věnujeme v kapitole **Ochrana přírody**. Dodavatelské řetězce jsou navíc v globalizovaném světě vysoce provázané a rozvětvené, což výrazně zvyšuje složitost sledovatelnosti surovin až k jejich původu. Zdroje jsou přitom potřeba nejen pro samotnou výrobu, ale také pro obaly a přepravní obaly našich výrobků, které rovněž zatěžují přírodní zdroje.

Také otázka předcházení vzniku odpadu je pro nás důležitým tématem. V celém hodnotovém řetězci – od zpracování, například v masozávodech Kaufland, až po prodej v našich prodejnách – mohou v důsledku různých faktorů, jako jsou poškození, kažení nebo ztráty v procesech, vznikat potravinové odpady. Procesní ztráty, například při zpracování, však vznikají mimo jiné také v důsledku požadavků na kvalitu nebo plnění zákonných předpisů.

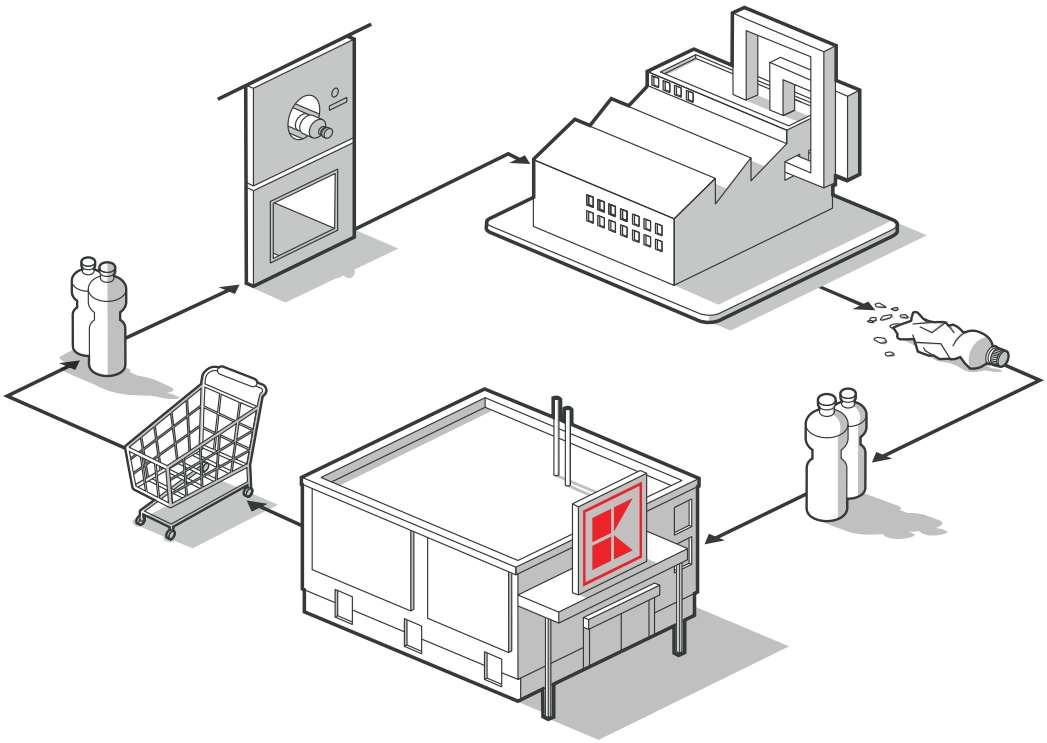
Dopady potravinového odpadu, kterému lze předcházet, jsou přitom značné. Z environmentálního hlediska vedou mimo jiné k plýtvání omezenými a cennými zdroji, jako jsou voda, půda a energie, a ke vzniku zbytečných emisí skleníkových plynů. Ze sociálního hlediska má plýtvání potravinami negativní dopad například na globální potravinovou situaci. U živočišných produktů to navíc z etického hlediska, ale i s ohledem na zdroje vynaložené na chov zvířat, znamená nutnost co nejúplnějšího využití suroviny.

Náš strategický přístup: šetrné nakládání se zdroji

Abychom se těmto výzvám v oblasti nakládání se zdroji účinně postavili, zavedli jsme specifické strategie doplněné o konkrétní opatření. Naším cílem je využívat zdroje co nejefektivněji, předcházet vzniku odpadu a uzavírat materiálové cykly.

Naše strategie oběhového hospodářství

Prostřednictvím společně vypracované strategie oběhového hospodářství REset Resources sdružují společnosti skupiny Schwarz veškeré aktivity v oblasti oběhového hospodářství – od témat spojených s výstavbou až po předcházení plýtvání potravinami. Zvláštní pozornost je v této souvislosti věnována dalšímu rozvoji cílů v oblasti obalů. Do roku 2030 chceme vyvíjet recyklovatelné obaly, snižovat používání primárních materiálů, využívat znovupoužitelné alternativy a zvyšovat podíl recyklátu v obalech vlastních značek. Zároveň usilujeme o to, aby bylo shromážděno a recyklováno takové množství druhotných surovin, jaké je prostřednictvím obalů vlastních značek uváděno na trh.



KLÍČOVÁ OBLAST „ŠETRNÉ NAKLÁDÁNÍ SE ZDROJI“ ZAHRNUJE NÁSLEDUJÍCÍ ČTYŘI TÉMATA:

PODPORA OBĚHOVÉHO HOSPODÁŘSTVÍ



Jako nedílnou součást společně vypracované strategie společností Skupiny Schwarz zavádíme principy oběhového hospodářství do vlastních procesů i napříč celými hodnotovými řetězci. Kaufland tento přechod systematicky urychluje mimo jiné ve spolupráci s environmentálním poskytovatelem služeb PreZero a výrobními podniky skupiny Schwarz, a to cíleným propojením know-how a infrastruktury potřebných pro přechod na oběhové hospodářství. Dosavadní společná obalová strategie REset Plastic se zaměřovala především na zlepšování plastových obalů vlastních značek, zejména z hlediska jejich recyklovatelnosti a materiálové efektivity. Od obchodního roku 2025 bude tento přístup dále rozšířen a převeden do komplexní strategie oběhového hospodářství REset Resources. V jejím rámci budou společnosti Skupiny Schwarz společně využívat své silné, mezinárodně propojené ekosystémy s cílem udržovat zdroje co nejdéle v materiálových cyklech a systematicky zvyšovat jejich opětovné využití.

OMEZOVÁNÍ PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI



Zasazujeme se o to, aby se potravinovému odpadu v maloobchodě i na straně spotřebitelů předcházelo a aby se jejich množství systematicky snižovalo. V našich provozech dbáme na to, aby potraviny, které již nejsou vhodné pro lidskou spotřebu, byly co nejkvalitněji dále využity.

Jako spojovací článek mezi výrobci a spotřebiteli chceme obě strany aktivně podporovat v omezování potravinových ztrát. Dopady potravinovych odpadů, jim lze předchazet, jsou přitom značne.

ODPOVĚDNÉ NAKLÁDÁNÍ SE SUROVINAMI



Udržitelnější zajišťování surovin představuje klíčový nástroj pro dlouhodobou ochranu životního prostředí a klimatu a zároveň pro snižování sociálních rizik. Ve společně vypracované surovinové strategii jsme identifikovali klíčové suroviny a rizikové suroviny, které jsou s ohledem na své dopady a význam pro naši obchodní činnost obzvlášť relevantní. Při jejich vymezení jsme vycházeli ze stávajících analýz rizik a zohlednili také odborné poznatky různých zainteresovaných stran.
Na základě tohoto procesu jsme ve společnosti Kaufland určili následující skupiny surovin, jimž věnujeme zvýšenou pozornost:

Rizikové suroviny: kokosové ořechy, ovoce a zelenina, rýže, mango, ananas, bavlna, ryby (tuňák), koření (pepř), květiny a rostliny, sója, ořechy, živočišné produkty, čaj, celulóza, maso (hovězí)

Klíčové suroviny: banány, káva, pomerančový džus, palmový olej, kakao

Pro tyto klíčové suroviny jsme v hodnoceném období stanovili konkrétní cíle a zahájili odpovídající opatření. Ta se vztahují na produkty vlastních značek, které jsou pro Kaufland Česká republika zajišťovány prostřednictvím společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG.

OCHRANA SLADKOVODNÍCH ZDROJŮ



Jako člen Alliance for Water Stewardship se Kaufland zasazuje o odpovědné nakládání s vodními zdroji napříč celým hodnotovým řetězcem. Zároveň usilujeme o to, aby bylo téma vody systematičtěji integrováno do naší strategie udržitelnosti.

Do konce roku 2025 má být 100 % pěstitelů ovoce a zeleniny v zemích s vysokým vodním rizikem – ve Španělsku, Portugalsku, Itálii, Řecku, Egyptě, Jihoafrické republice, Maroku, Tunisku, Izraeli a Chile – certifikováno podle uznávaných standardů.

Masozávody Kaufland si zároveň společně stanovily cíl průběžně sledovat a snižovat specifickou spotřebu vody ve svých provozech. Do konce obchodního roku 2025 v této souvislosti usilují o úsporu vody ve výši 3 % průměrné spotřeby na všech našich prodejnách.

Naše zásady a principy:

Naše postupy v těchto oblastech se řídí interními směrnicemi a zásadami. Prostřednictvím tematických pozičních dokumentů a nákupních politik zveřejňuje Kaufland své přístupy a konkrétní opatření pro udržitelnější tvorbu sortimentu a odpovědné zajišťování surovin. Tyto dokumenty vytvářejí závazný rámec pro realizaci opatření v praxi[1].

- **Směrnice Ryby**
- **Směrnice pro lepší životní podmínky zvířat**
- **Směrnice Sója jako krmivo**
- **Směrnice Udržitelné textilie**
- **Zpráva o transparentnosti v oblasti ovoce a zeleniny**
- **Zpráva o transparentnosti v oblasti květin a rostlin**
- **Směrnice Voda**
- **Směrnice proti plýtvání potravinami**
- **Směrnice Kvalitní stravování**

Zároveň mají masozávody společnosti Kaufland společně formulovanou politiku v oblasti ochrany životního prostředí, energetického hospodářství a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Tato politika mimo jiné vymezuje zásady šetrného, úsporného a odpovědného nakládání se zdroji.

Jak řídíme odpovědné nakládání se zdroji

Udržitelnější zajišťování surovin je jako klíčové téma pevně ukotveno ve společně vypracované celkové strategii společností Kaufland. Koordinaci této oblasti zajišťuje útvar Udržitelnost nákupu ve společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG. V rámci naší surovinové strategie jsme zavedli postupy, které nám umožňují plně plnit legislativní požadavky a zároveň si stanovovat vlastní závazky pro udržitelnější nákup. Společně s našimi partnery pak realizujeme projekty s prokazatelně pozitivním dopadem.

Snižování plýtvání potravinami je v Kauflandu chápáno jako úkol napříč celou společností i jednotlivými odbornými útvary. Za přípravu a rozvoj operativních směrnic, procesů a konkrétních opatření ke snižování potravinových ztrát nesou hlavní odpovědnost útvary provozu, řízení dodavatelského řetězce a masozávody Kaufland. V otázkách, které se týkají sortimentu nebo spolupráce s dodavateli, se na těchto aktivitách podílí také příslušné útvary nákupu. Oblast Corporate Responsibility zároveň koordinuje spolupráci s externími zainteresovanými stranami, jako jsou orgány veřejné správy či oborová sdružení. Pro zajištění efektivní spolupráce mezi jednotlivými útvary byla v Kauflandu zřízena mezioborová a mezinárodní pracovní skupina zaměřená na snižování potravinových ztrát a odpadů. Kaufland je rovněž v úzkém kontaktu s dalšími společnostmi Skupiny Schwarz, s nimiž společně připravuje nadnárodní strategická opatření a cíle.

Rozvoj komplexního přístupu k oběhovému hospodářství vyžaduje úzkou a koordinovanou spolupráci napříč celou organizací. Odpovědnost za obalovou strategii nese řízení obalů v oddělení nákupu, které analyzuje celé portfolio vlastních značek a průběžně optimalizuje jejich obaly. Útvary nákupu společnosti Kaufland a skupiny Schwarz jsou spolu s GreenCycle GmbH, jako součástí skupiny PreZero, pověřeny zajišťováním využití recyklovaných materiálů[2] u výrobků mimo obchodní sortiment, a to v úzké koordinaci se společností Kaufland a ve spolupráci s výrobci a recyklačními partnery. Centrální útvary na mezinárodní úrovni a v jednotlivých národních společnostech pak odpovídají za systematickou podporu využívání udržitelnějších stavebních materiálů v oblasti nemovitostí.

[1] Rozsah platnosti jednotlivých směrnic a nákupních politik je vždy jasně vymezen.
[2] Neobchodní majetek: investiční prostředky nezbytné pro interní provoz a výkon podnikatelské činnosti.

PODPORA OBĚHOVÉHO HOSPODÁŘSTVÍ

V Kauflandu pracujeme na rozvoji oběhového hospodářství na více úrovních. V rámci naší cesty k nulovému odpadu jsme stanovili jasné a závazné kroky, jejichž cílem je udržovat materiály v oběhu a důsledně chránit přírodní zdroje. Tyto kroky se vztahují jak k využívání materiálů, tak k odpovědnému hospodaření s vodou a k předcházení plýtvání potravinami.

Společně přebíráme odpovědnost

V rámci našeho úsilí o fungující oběhové hospodářství jdeme v řadě oblastí nad rámec zákonem stanovených minimálních požadavků – například v oblasti obalů nebo prostřednictvím aktivit realizovaných v rámci iniciativy Road to Zero Waste. Současně je však tato oblast významně formována také legislativním vývojem a novými regulatorními požadavky. Klíčový význam má zejména nařízení Evropské unie o obalech a obalových odpadech (Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR), které má nahradit stávající směrnici o obalech a obalových odpadech. Toto nařízení vytváří rámec pro rozvoj udržitelnějších obalových řešení a zároveň podporuje širší využívání recyklovaných materiálů.

Společnosti skupiny Schwarz se dlouhodobě zasazují o rozvoj funkčního oběhového hospodářství i nad rámec zákonných povinností. V této souvislosti se Kaufland jako součást skupiny Schwarz připojil k Ellen MacArthur Foundation, neziskové organizaci založené v roce 2010, která se celosvětově věnuje prosazování cirkulárních ekonomických modelů. Společným cílem je sdílet vizi fungujícího oběhového hospodářství a systematicky ji uvádět do praxe.

Podpisem iniciativy Global Commitment Ellen MacArthur Foundation jsme se v roce 2018 zavázali aktivně přispívat k udržitelnějšímu nakládání se zdroji. Tato iniciativa je řízena nadací Ellen MacArthur Foundation ve spolupráci s Programem OSN pro životní prostředí. Společně se podílíme na vývoji nových strategií a řešení na podporu oběhového hospodářství, zejména v oblasti plastů.

Současně se Kaufland zapojuje do iniciativy **RecyClass**. Tato celoevropská organizace, založená v roce 2017 evropskými oborovými svazy průmyslu plastových obalů, se zaměřuje na zvyšování recyklovatelnosti obalů. Jejím cílem je vytvořit jednotný, transparentní a vědecky podložený systém hodnocení recyklovatelnosti plastových obalů v Evropě. Při vývoji obalů se Kaufland mimo jiné řídí pravidly a metodikami stanovenými v rámci systému RecyClass.

Strategie oběhového hospodářství: od principu k praxi

Od roku 2018 jsou naše aktivity v oblasti oběhového hospodářství soustředěny do strategie REset Plastic. Tato společně vypracovaná obalová strategie se zaměřuje na plastové obaly vlastních značek. Díky úzké spolupráci s dodavateli bylo i v Kauflandu Česká republika dosaženo významných pokroků v optimalizaci a snižování obalů. Tímto způsobem se společnosti Kaufland podařilo napříč jednotlivými zeměmi snížit spotřebu plastů celkem o 44 % – v Kauflandu Česká republika o 43 % – a současně dosáhnout průměrného podílu 26 % recyklátu v obalech vlastních značek – v Kauflandu Česká republika 15 %.

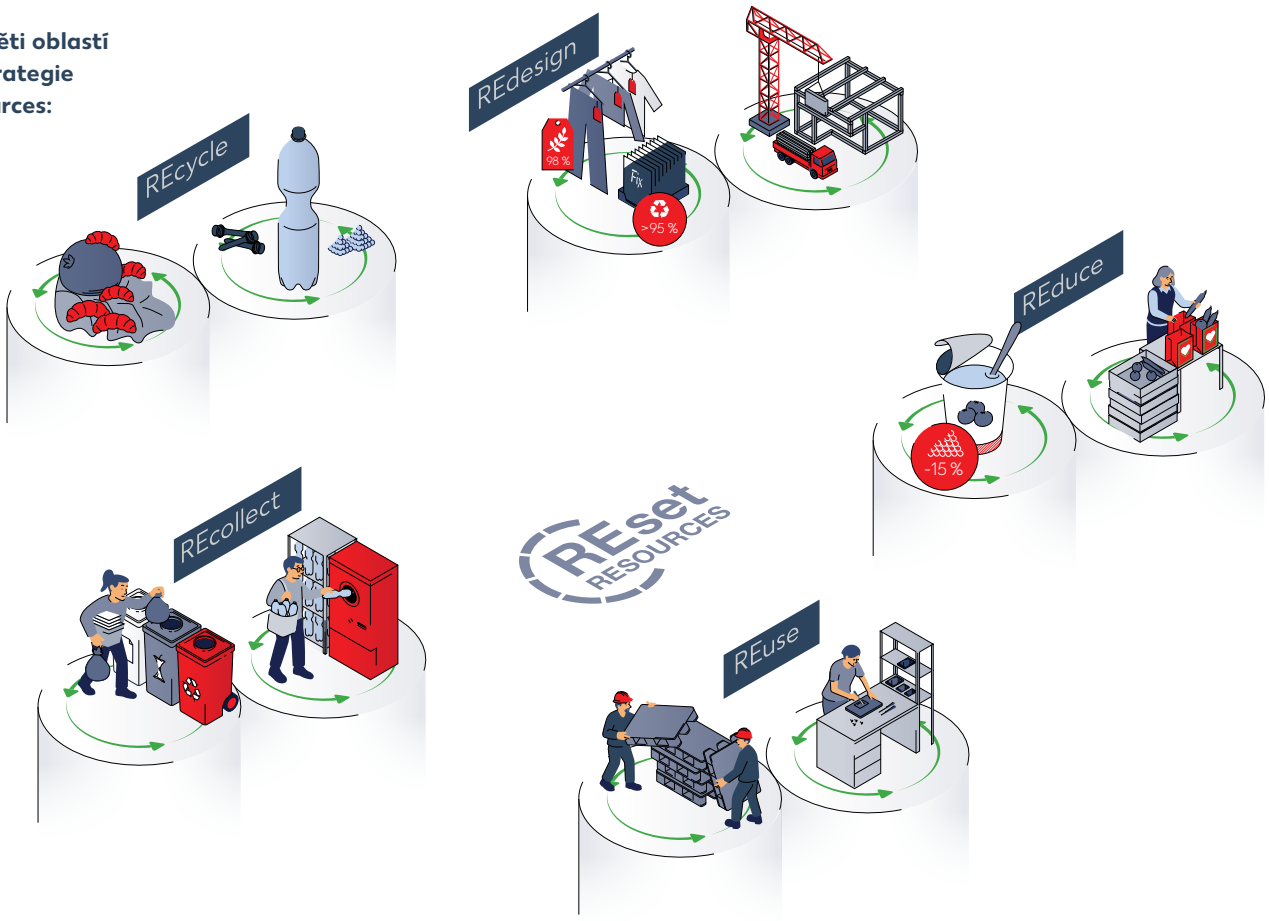
S novou, komplexní a společně vypracovanou strategií oběhového hospodářství REset Resources využíváme jako součást skupiny Schwarz naše celosvětově jedinečné ekosystémy s cílem udržovat zdroje v oběhu. Strategie přitom zohledňuje všechny druhy materiálů a zahrnuje všechna klíčová témata oběhového hospodářství – od obalů a produktů přes oblast výstavby a potravinové odpady, iniciativu Road to Zero Waste až po způsoby nakládání s odpady. Prostřednictvím této strategie snižujeme spotřebu zdrojů, podporujeme opětovné využití, zvyšujeme recyklovatelnost a zajišťujeme přístup k druhotným surovinám. Zároveň posilujeme využívání recyklovaných materiálů. REset Resources tak mění způsob, jakým se zdroji nakládáme, a podporuje vnímání principů oběhového hospodářství napříč celým hodnotovým řetězcem. Tím, že pokrýváme všechny fáze oběhu – od výroby přes obchod až po odpadové a recyklační hospodářství – se zřetelně odlišujeme od ostatních účastníků trhu.

43 %
snížení spotřeby plastů

15 %
podíl recyklovaného materiálu

57 %
recyklovatelnost

Příklady z pěti oblastí působení strategie REset Resources:



SPOLEČNĚ VYPRACOVANÁ STRATEGIE OBĚHOVÉHO HOSPODÁŘSTVÍ PŘINÁŠÍ ŘEŠENÍ V TĚCHTO PĚTI OBLASTECH:

Při využívání recyklovaných plastů byl cílový podíl navýšen o dalších 5 procentních bodů.

REDESIGN: OBCHODNÍ MODELY ZALOŽENÉ NA PRINCIPU OBĚHOVÉHO HOSPODÁŘSTVÍ

Kaufland si stanovil cíl postupně sladit všechny své obchodní modely napříč hodnotovým řetězcem s principy funkčního oběhového hospodářství. Produkty i obaly navrhujeme s důrazem na jejich životnost a recyklovatelnost. Možnost jejich dalšího využití jako druhotné suroviny v dalších životních cyklech zohledňujeme již ve fázi návrhu. Součástí tohoto přístupu je také náš závazek, aby byly do roku 2030 všechny obaly vlastních značek navrženy s maximální možnou mírou recyklovatelnosti.

REDUCE: ŠETRNÉ NAKLÁDÁNÍ SE ZDROJI

Usilujeme o co nejšetrnější a zároveň efektivní využívání zdrojů. Do roku 2030 proto ve srovnání s rokem 2023 snížíme absolutní spotřebu primárních surovin používaných v obalech vlastních značek o 15 %. Současně stále více nahrazujeme primární materiály udržitelnějšími alternativami, například vlákny ze silfie. Zároveň přijímáme cílená opatření k předcházení plýtvání potravinami. Společnosti skupiny Schwarz sledují společný cíl systematicky omezovat potravinové ztráty a nakládat se zdroji odpovědně napříč celým hodnotovým řetězcem.

REUSE: ROZŠIŘOVÁNÍ OPĚTOVNÉHO VYUŽITÍ

Opětovné využívání představuje důležité opatření k předcházení vzniku odpadu. Produkty nebo jejich části, které se nestávají odpadem, jsou znovu používány ke stejnému původnímu účelu. Patří sem například přechod z jednorázových řešení na vratné systémy u palet nebo modely opětovného využití a renovace u textilu a elektronických zařízení. Za opětovné využívání zároveň považujeme i systematické rozšiřování používání vratných obalů.

RECOLLECT: ZAJIŠTĚNÍ PŘÍSTUPU K DRUHOTNÝM SUROVINÁM

Jako jeden z největších prodejců na trhu uvádíme do oběhu velké množství obalů a výrobků, a proto máme i zvláštní odpovědnost. Náš strategický přístup vycházející z vize „Road to Zero Waste" se zaměřuje na šetrné využívání zdrojů, snižování množství odpadu a navracení druhotných surovin zpět do materiálových oběhů. V této oblasti úzce spolupracujeme s recyklační divizí skupiny Schwarz, společností PreZero.

RECYCLE: UZAVÍRÁNÍ OBĚHOVÉHO CYKLU

Rozvíjíme způsoby zpracování odpadu tak, aby bylo možné druhotné suroviny využívat v co nejvyšší kvalitě a bez ztráty jejich hodnoty. Naším cílem je zabránit znehodnocování materiálů (downcyclingu) a efektivně uzavírat oběhové cykly. Do roku 2030 proto usilujeme o to, aby obaly našich vlastních značek obsahovaly 65 % recyklátu. U primárních plastových obalů pak překračujeme dosavadní plány a do roku 2030 zajistíme, aby 30 % jejich obsahu tvořil recyklovaný plast – to je o pět procentních bodů více oproti předchozímu cíli.

Díky rozmanitým řešením posilujeme oběhové hospodářství

Funkční oběhové hospodářství stojí na promyšleném navrhování výrobků a obalů. Tento přístup začíná již ve fázi jejich vývoje. Od samého počátku proto zohledňujeme celý životní cyklus produktů, včetně jejich následného zpracování po skončení používání, a vytváříme řešení zaměřená na dlouhou životnost, opravitelnost a vysokou míru recyklovatelnosti.

Průběžně rozšiřujeme nabídku výrobků s nižším obsahem plastů, s vyšším podílem recyklovaných materiálů a s obaly optimalizovanými z hlediska recyklace. Zároveň systematicky optimalizujeme také přepravní obaly určené zákazníkům.

Naše opakovaně použitelné nákupní a chladicí tašky jsou již z 80 procent vyrobeny z recyklátu, přičemž jeho část pochází z použitých fólií z provozu Kauflandu. Také odpadové pytle určené pro interní využití jsou částečně vyráběny z našich vlastních starých fólií.

Definice

O recyklaci v užším slova smyslu mluvíme tehdy, když je možné i po mnoha fázích zpracování vyrobit rovnocenný produkt. Ukázkovým příkladem jsou PET lahve na vodu vlastní značky Kaufland K-Classic, které vyrábí společnost Schwarz Produktion.

JIŽ JSME UPRAVILI TYTO OBALY A SÁČKY PRO ZÁKAZNÍKY:

NEKONEČNÝ SÁČEK NA OVOCE A ZELENINU ZE 100 % RECYKLOVANÉHO MATERIÁLU

Používáním nEKOnečného sáčku na přepravu volně loženého ovoce a zeleniny naplňuje Kaufland Česká republika hned dva cíle zároveň. Tyto odolné a opakovaně použitelné sáčky s každým dalším použitím snižují spotřebu jednorázových mikrotenových sáčků. Zároveň jsou samotné sáčky vyrobeny ze 100 % z PET recyklátu. V uplynulém obchodním roce bylo napříč všemi zeměmi prodáno více než 500 000 kusů.

NEKONEČNÝ SÁČEK NA PEČIVO

Zavedením nEKOnečného sáčku na pečivo v pekárnách našich prodejen snižujeme spotřebu jednorázových papírových sáčků na pečivo, a tím i potřebu nového materiálu. Tento nEKOnečný sáček byl v roce 2022 zaveden v Chorvatsku, Bulharsku, Polsku, na Slovensku, v Německu a v České republice.



Jako příklad pokroku v oblasti oběhového hospodářství lze uvést optimalizované obaly výrobků z našeho sortimentu. Následující obaly již dnes obsahují vysoký podíl recyklovaného materiálu a názorně dokládají náš závazek k udržitelnější podobě obalů.

V Kauflandu Česká republika nabízíme našim zákazníkům ve spolupráci se společností PreZero v rámci vybraných akcí výrobky vlastních značek určených pro domácnost, které jsou z převážné části[1] vyrobeny z recyklovaného plastu. V rámci stálého sortimentu již máme zařazeny také květináče a truhlíky vyrobené z materiálu PreZero.

Výběr optimalizovaných výrobků z našeho sortimentu

100 %

KLC ECO RANGE
Univerzální a koupelnový čistič: láhev ze 100 % z recyklovaného plastu

BEVOLA KRÉM NA NOHY
kelímek ze 100 % recyklovaného PET

99 %

KRÉMOVÝ ČISTIČ A WC ČISTIČE
Vlastní značka K-Classic: tělo lahve z 99 % z recyklátu (dříve 50 %)

KRÉMOVÝ ČISTIČ KLC
tělo lahve z 99 % z recyklovaného HDPE od společnosti PreZero

97 %

BEVOLA MEN SPRCHOVÝ GEL
Láhev z 97 % z recyklovaného HDPE, dodaného společností PreZero

BEVOLA ŠAMPON A KONDICIONÉR
Láhev z 97 % z recyklovaného HDPE, dodaného

80 %

CS ZEMINA PRO KVĚTINY
Použití recyklovaného LDPE (80 %) od společnosti PreZero

50 %

BEVOLA MEN ŠAMPON
Láhev z 50 % z recyklovaného HDPE

30 %

KLC CHLOROVÝ HYGIENICKÝ ČISTIČ
Použití recyklovaného HDPE (30 %) v lahvi

OMÁČKOVÉ SMĚSI
Sáčky jsou vyrobeny z recyklovatelných monoplastů vyvinutých a testovaných ve spolupráci s divizí PreZero, aby se zabránilo ztrátě recyklovatelných materiálů v důsledku obtížně oddělitelných kompozitních materiálů.

BEVOLA KRÉM NA NOHY
Tuba je částečně vyrobena z recyklovaného HDPE

Také v našich obchodních procesech a vybavení prodejen již realizujeme řadu konkrétních opatření. V oblasti logistiky například využíváme skládací paletu Kaufland (KKP), kterou jsme vyvinuli ve spolupráci s divizí PreZero, a která slouží k přepravě a kompletaci zboží mezi distribučními centry a prodejnami. Díky pevným bočnicím této palety lze snížit spotřebu fólie nejméně o 20 procent. Současně průběžně analyzujeme další možnosti, jak KKP dále optimalizovat a technicky rozvíjet.

Nově přistupujeme také k nákupním vozíkům a košíkům. Od roku 2024 jsou ruční nákupní košíky vyráběny z 75 procent z recyklovaného materiálu, nákupní vozíky z 80 procent a XXL nákupní vozíky dokonce z 87 procent recyklátu. Obměna stávajících košíků a vozíků probíhá postupně, aby bylo možné funkční vybavení využívat co nejdéle, a tím minimalizovat spotřebu přírodních zdrojů. Kromě nákupních vozíků a košíků jsou v prodejnách Kaufland používány také ochranné lišty proti nárazu vyrobené ze 100 % z recyklátu, které chrání stěny před poškozením způsobeným nákupními vozíky.

Nad rámec vybavení prodejen a logistiky klademe důraz na principy oběhového hospodářství také u pracovních oděvů zaměstnanců. Použité pracovní oděvy jsou shromažďovány, prostřednictvím nově zavedených procesů recyklovány a dále zpracovávány mimo jiné na nové výrobky. Na tomto procesu spolupracujeme se společností PreZero.

Masozávody Kaufland se aktivně zapojují do přechodu na oběhové hospodářství a v rámci společně vypracované strategie v oblasti plastů realizují řadu opatření – od snižování spotřeby fólií u obalů masných výrobků až po využívání skládacích přepravek ze 100 % recyklátu jako přepravních obalů. V období let 2020 až 2024 provedly masozávody Kaufland snížení hmotnosti plastových vaniček, díky čemuž se podařilo celkově ušetřit 500 tun plastu.

Definice

Aby se zákazníci společnosti Kaufland mohli informovaně rozhodovat o udržitelnějších obalech, používala společnost Kaufland během sledovaného období příslušné označení „Baleno odpovědně". Pro získání tohoto označení musí být splněno alespoň jedno z následujících kritérií:

Recyklovatelnost alespoň

80 % [2]

Podíl recyklátu v plastu alespoň

30 %

Úspora obalového materiálu alespoň

20 % [3]

Použití alternativních materiálů[4]

Baleno odpovědně
Výrazně menší množství obalového materiálu

[1] Podíl plastu (cca 95 %) na výrobku je vyroben ze 100% recyklovaného plastu; doplňkově jsou použita aditiva a barviva (cca 5 %).
[2] Recyklovatelnost se posuzuje podle oficiálních kritérií Centrálního místa registru obalů: www.verpackungsregister.org.
[3] Ve srovnání s předchozím vlastním obalem nebo s relevantními obaly konkurence.
[4] Například papír ze silfie nebo chemická recyklace.

POUŽITÉ MATERIÁLY PODLE HMOTNOSTI A OBJEMU (V TUNÁCH)[1][2]

Kaufland International

	2023	2024	
Reklamní materiály celkem	**136 028**	**147 905**	↑
z toho z primárních vláken	35 646	7 218	
z toho z recyklovaného materiálu	100 382	140 687	
Papír pro tisk celkem	**673**	**1 007**	↑
z toho z primárních vláken	121	147	
z toho z recyklovaného materiálu	552	860	

Kaufland Česká republika

2023	2024
12 467,3	**12 730,5**
36,3	29,5
12 431	12 701,1
59,4	**109,4**
9,4	10,4
49,9	99,0



Abychom minimalizovali využívání primárních vláken, převedli jsme již převážnou část našich reklamních materiálů na recyklovaný papír. Současně však na mezinárodní úrovni ve sledovaném období došlo k nárůstu spotřeby papíru pro tisk o 49,6 % a k nárůstu reklamních materiálů o 8,7 %. Tento vývoj byl mimo jiné způsoben dřívějším nedostatkem recyklovaného papíru, který vedl k vytváření zásob, a následnou nutností jejich doplnění v obchodním roce 2024. Ke změnám ve spotřebě přispěly rovněž úpravy formátů a použitých materiálů u reklamních nosičů, například zákaznických letáků, v několika zemích.

Další možností, jak snižovat spotřebu papíru, je omezení tisku papírových účtenek. Nejnovější verze Kaufland Card umožňuje zákazníkům při placení zvolit výhradně digitální účtenky. Ty jsou následně ukládány v aplikaci Kaufland v sekci „digitální účtenky" po dobu tří let.

[1] Sledovaným obdobím byl kalendářní rok.

[2] U spotřebních materiálů z papíru se rozlišuje mezi papírem z primárních (čerstvých) vláken a recyklovaným papírem. Pokud se spotřební materiály skládají jak z papíru z primárních vláken, tak z recyklovaného papíru, rozhoduje o jejich zařazení do příslušné kategorie papíru vyšší podíl.

Vrácení místo vyhození: naše strategie zálohování

Zálohové systémy představují klíčový nástroj při budování funkčního oběhového hospodářství. Umožňují oddělený a materiálově čistý sběr cenných surovin, které lze následně využít v kvalitních recyklačních procesech. V souladu s celoevropskou strategií skupiny Schwarz se společnost Kaufland zavázala zavádět v zemích své působnosti takové systémy sběru jednorázových PET lahví a plechovek, které jsou pro maloobchodníky udržitelné a efektivní.

Tímto přístupem jedná Kaufland Česká republika v souladu se dvěma klíčovými požadavky evropské legislativy. Na jedné straně má být do roku 2025 pro účely recyklace odděleně shromážděno alespoň 70 % nápojových obalů, přičemž do roku 2029 se tento podíl má zvýšit na 90 %. Na straně druhé mají nápojové plastové lahve obsahovat do roku 2025 nejméně 25 % recyklovaného plastu a do roku 2029 dokonce 30 %. Oba tyto cíle lze podle našeho názoru nejefektivněji naplnit prostřednictvím moderního zálohového systému. Ten umožňuje materiálově čistý sběr plastových lahví, a tím i jejich efektivní recyklaci a přeměnu na nové lahve v rámci uzavřeného materiálového cyklu.

Z tohoto důvodu nabízí Kaufland Česká republika dobrovolně zpětný odběr jednorázových zálohovaných obalů ve vybraných prodejnách, a to i přesto, že v dané zemi dosud neexistuje národní zálohový systém.

Směrnice Evropské unie o jednorázových plastech (Single-Use Plastics Directive, SUPD), zveřejněná v roce 2019, stanovuje závazné cíle v oblasti odděleného sběru, a lze proto očekávat postupné zavádění zálohových systémů napříč Evropou.

O to důležitější je včasné zapojení dodavatelů a cílená komunikace směrem k zákazníkům. Jen tak lze zajistit, aby byly zálohové systémy zaváděny včas a aby byla podpořena jejich akceptace ze strany zákazníků jako klíčového opatření v oblasti udržitelnosti.

Každé správné třídění se počítá

Obecně platí, že správné třídění odpadu je základním předpokladem úspěšné recyklace, protože ani moderní třídicí linky zatím nedokážou oddělovat jednotlivé materiály tak přesně a čistě jako lidé v domácnostech. Spotřebitelé proto hrají v procesu recyklace klíčovou roli. Čím lépe jsou odpady tříděny, tím snazší je jejich další zpracování na nové, kvalitní druhotné suroviny.

Úspěch celého procesu zhodnocování v konečném důsledku závisí na čistotě vysbíraných recyklovatelných materiálů. Pouze správně sesbíraný a roztříděný plastový odpad nám umožňuje získávat suroviny v kvalitě potřebné pro výrobu nových produktů, čímž společně přispíváme k uzavření oběhového cyklu. Abychom zákazníkům správné třídění usnadnili, vyvinuli jsme společně s dalšími společnostmi skupiny Schwarz pokyny pro třídění a likvidaci odpadu, které jsou uvedeny na obalech našich vlastních značek. Zvláštní výzvu při třídění odpadu představují zejména obaly složené z více materiálů. Typickým příkladem jsou kelímky od jogurtů, které se skládají z víčka, plastového kelímku a papírového přebalu. Pokud jsou tyto materiály odděleny, jsou velmi dobře recyklovatelné. Nejsou-li však rozděleny, dochází ke ztrátě alespoň jedné cenné suroviny.

Pokyny pro třídění a likvidaci odpadu uvedené na obalech výrobků tak přispívají ke zlepšení recyklace.

Nakládání s odpady a recyklace pevně zakotvené v procesech

Na našich sběrných místech pro druhotné suroviny nebo u informačních přepážek přijímáme zpět následující položky:

- Zářivky
- Drobná elektrozařízení
- Baterie

Navzdory šetrnému zacházení s materiály se zatím nepodařilo vzniku odpadu zcela zabránit. V rámci podnikatelské činnosti společnosti Kaufland vznikají odpady na různých místech – v prodejnách, logistických centrech i masozávodech. Naším přístupem je proto důsledné třídění provozních odpadů a jejich odborné zpracování, přičemž je v souladu s principy oběhového hospodářství směřujeme k co nejkvalitnějšímu způsobu využití. Obecně usilujeme o to, aby byly odpady pokud možno znovu využity. Pokud to není možné, jsou recyklovány, případně jsou předány k jinému způsobu využití. V této oblasti spolupracujeme se společností PreZero, environmentální divizí skupiny Schwarz, která zajišťuje interní systém nakládání s odpady a recyklace. Tato úzká spolupráce se projevuje na několika úrovních.

Poradenské služby společnosti PreZero pro naše zaměstnance a vedoucí pracovníky zahrnují mimo jiné workshopy, školení, informační materiály a pokyny k třídění odpadu k aktuálním tématům, jako jsou koncepty třídění, výnosy a náklady či změny právních předpisů. Kromě toho PreZero pravidelně zpracovává vyhodnocení klíčových ukazatelů (KPI) a projednává je s odpovědnými odbornými útvary.

Naše cesta k nulovému odpadu (Road to Zero Waste)

V rámci iniciativy „Road to Zero Waste" usilujeme o minimalizaci množství zbytkového odpadu v prodejnách a logistických centrech. Toho dosahujeme jak předcházením vzniku odpadu a jeho snižováním, tak důsledným tříděním, díky němuž jsou cenné materiály předávány k vysoce kvalitní recyklaci.

Již v roce 2022 se společnostem Kaufland Slovensko a Kaufland Rumunsko podařilo získat certifikaci komplexního systému nakládání s odpady a druhotnými surovinami v prodejnách a logistických centrech podle normy DIN SPEC 91436. V Rumunsku se díky tomu podařilo snížit podíl zbytkového odpadu (tj. podíl zbytkového odpadu na celkovém objemu vzniklých odpadů) z 28 % v roce 2020 na 12 %, na Slovensku pak z 18 % na 11 %. Obě společnosti plánují opětovnou certifikaci v roce 2025 a očekávají další výrazné snížení podílu zbytkového odpadu.

Certifikace je plánována také v dalších zemích do roku 2030; Kaufland v Německu a Kaufland Česká republika zahájí tento proces v roce 2025.

V PROVOZU

V rámci našeho přístupu k nakládání s odpady a recyklací zahrnujeme do hodnocení všechny fáze našich obchodních procesů a realizujeme širokou škálu opatření – od řešení v oblasti obalů až po zvyšování povědomí zaměstnanců.

OPAKOVANĚ POUŽITELNÉ OBALOVÉ SYSTÉMY

Využíváme vratné přepravky pro ovoce a zeleninu a vratné boxy pro přepravu zboží z masozávodů do prodejen. V závislosti na konkrétním druhu zboží je individuálně rozhodováno, zda bude použita vratná přepravka, nebo kartonový obal z vlnité lepenky, který je z velké části vyroben z recyklovaného materiálu. V logistice představuje skládací paleta Kaufland úsporné a dlouhodobě využitelné vratné řešení šetřící zdroje.



RECYKLACE VIDITELNĚ

Ve společnosti Kaufland se snažíme, aby téma recyklace bylo na pracovišti všudypřítomné, a to i vytvářením grafik s typickými recyklačními cykly a využíváním dalších informačních materiálů o recyklaci. Standardizované značení a ikony pomáhají zaměstnancům rychle a jednoduše třídit odpad, což nám umožňuje zajistit sběr správně vytříděných recyklovatelných materiálů.

Díky přijatým opatřením ke zlepšení třídění odpadu se společnosti Kaufland podařilo v mezinárodním měřítku zvýšit podíl recyklovatelných materiálů, snížit množství směsného odpadu a tím i významně omezit emise CO_2.

Nad rámec interních procesů se zaměřujeme také na navazující oblasti, které chceme cíleně pozitivně ovlivňovat. Zákazníci přitom stojí v centru naší pozornosti.

Směrem k zákazníkům:

- nabídka výrobků z recyklovaných materiálů
- pokyny pro třídění odpadu uvedené na obalech vlastních značek
- sběrná místa pro druhotné suroviny v našich prodejnách

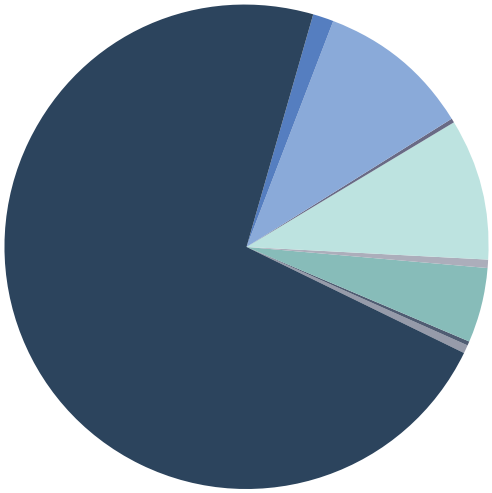
Méně likvidovat, více využívat

Vznikající odpady se v jednotlivých společnostech skupiny Kaufland liší v závislosti na charakteru jejich činností. V prodejnách a skladech Kaufland vznikají především odpady v podobě obalů a přepravních pomůcek z plastů, papíru, lepenky a kartonu, dále zbytkové odpady a organický odpad. Na centrálních a administrativních pracovištích naopak převažují komunální odpady ze sociálních zařízení a papírové odpady z kancelářského provozu. V masozávodech Kaufland pak představují největší položky živočišný odpad a odpady určené k dalšímu využití.

Ve sledovaném období bylo na mezinárodní úrovni 72,2 % všech nezávadných druhotných surovin předáno k recyklaci. Druhý největší podíl tvořily fermentace a tepelné využití s energetickým zhodnocením, přičemž obě metody představovaly shodně přibližně 10 %.

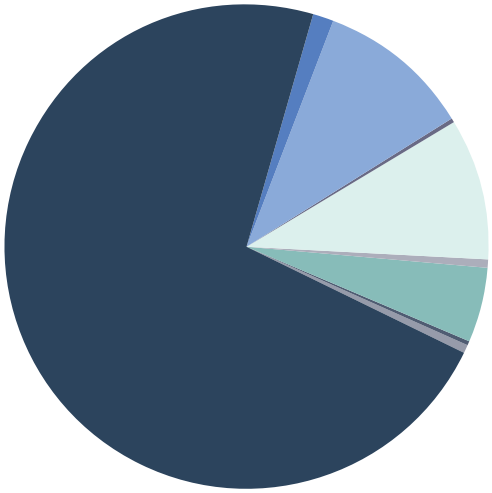
ODPAD PODLE ZPŮSOBU VYUŽITÍ (V TUNÁCH)[1 2]

Kaufland International
2024



- **412 768** Recyklace
- **8 316** Opětovné použití
- **58 778** Anaerobní rozklad
- **865** Kompostování
- **54 256** Energetické využití se zpětným získáváním energie
- **2 810** Spalování
- **28 529** Skládkování
- **1 557** Krmivo pro zvířata
- **3 739** Ostatní[2]

Kaufland Česká republika
2024



- **26 406** Recyklace
- **533** Opětovné použití
- **2 617** Anaerobní rozklad
- **506** Kompostování
- **649** Energetické využití se zpětným získáváním energie
- **1 349** Spalování
- **5 838** Skládkování
- **1 064,2** Krmivo pro zvířata
- **6,2** Ostatní[2]

DRUHOTNÉ SUROVINY A ODPAD PODLE DRUHU A ZPŮSOBU VYUŽITÍ (V TUNÁCH) [1, 2]

	Kaufland International			Kaufland Česká republika	
	2023	2024		2023	2024
Celková hmotnost druhotných surovin	**518 745**	**571 617**	↑	**37 259,9**	**38 967,9**
Nezávadné druhotné suroviny	**516 687**	**570 079**	↑	**-**	**-**
Papír / lepenka / karton	**270 212**	**272 290**	↑	**22 564,1**	**23 020**
Recyklace	270 183	272 253		22 564,1	23 007,1
Opětovné použití	25	21		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	4	16		-	12,9
Spalování	0	0		-	-
Skládkování	-	-		-	-
Ostatní[2]	1	1		-	-
Organický odpad	**66 422**	**66 867**	↑	**3 992,2**	**5 882,9**
Recyklace	2 422	2 805		778,7	785,4
Opětovné použití	742	1 750		-	502,4
Anaerobní rozklad	61 841	58 778		2 686,5	2 616,7
Kompostování	858	865		527	505,5
Energetické využití	151	208		-	-
Spalování	358	888		-	408,8
Skládkování	5	6		0,7	-
Krmivo pro zvířata	n/a	1,557		-	-
Ostatní[2]	44	11		-	1 064,2
Plasty (včetně vratných obalů)	**68 965**	**82 869**	↑	**1 878,8**	**1 902,5**
Recyklace	68 596	82 474		1 567,3	1 570,3
Opětovné použití	-	-		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	324	343		296,3	307,7
Spalování	18	25		7,8	14,1
Skládkování	7	10		7,3	10,3
Ostatní[2]	19	18		-	-

[1] Hodnoty byly za účelem lepší přehlednosti zaokrouhleny.

[2] Kategorie „Ostatní" představuje souhrnnou položku, která zahrnuje také množství, jež nelze jednoznačně přiřadit k výše uvedeným kategoriím.

DRUHOTNÉ SUROVINY A ODPAD PODLE DRUHU A ZPŮSOBU VYUŽITÍ (V TUNÁCH)[1 2]

	Kaufland International			Kaufland Česká republika	
	2023	2024		2023	2024
Dřevo	**9 666**	**11 490**	↑	**198,7**	**225,8**
Recyklace	4 602	5 460		196,8	124,5
Opětovné použití	5 022	5 907		-	30,2
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	0	0		-	-
Energetické využití	2	74		1,7	70,9
Spalování	0	32		-	-
Skládkování	0	6		0,2	0,2
Ostatní[2]	39	12		-	-
Textil	**455**	**494**	↑	**-**	**-**
Recyklace	178	244		-	-
Opětovné použití	271	234		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	3	12		-	-
Spalování	4	3		-	-
Skládkování	0	0		-	-
Ostatní[2]	0	0		-	-
Směsný odpad	**84 961**	**87 762**	↑	**7 773,9**	**7 001,5**
Recyklace	0	3 241		-	-
Opětovné použití	-	-		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	51 312	53 591		246,2	254,7
Spalování	1 227	1 811		1 227,4	918,3
Skládkování	26 638	28 490		6 300,2	5 828,4
Ostatní[2]	5 783	629		-	-

	Kaufland International			Kaufland Česká republika	
	2023	2024		2023	2024
Sklo	**6 478**	**36 430**	↑	**352,4**	**353,9**
Recyklace	6 462	36,400		352,4	353,9
Opětovné použití	-	-		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	-	-		-	-
Spalování	-	-		-	-
Skládkování	1	3		-	-
Ostatní[2]	15	27		-	-
Šrot	**4 794**	**7 574**	↑	**352**	**452,5**
Recyklace	4 786	7 572		352	452,4
Opětovné použití	-	-		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	-	-		-	-
Spalování	-	-		-	-
Skládkování	0	0		-	-
Ostatní[2]	8	2		-	0,1
Ostatní nezávadné druhotné suroviny	**4 736**	**4 304**	↓	**128,7**	**122,7**
Recyklace	1 268	1 179		116,3	112,1
Opětovné použití	0	275		-	-
Anaerobní rozklad	-	-		-	-
Kompostování	-	-		-	-
Energetické využití	10	8		11,8	2,6
Spalování	2	1		0,6	8
Skládkování	23	14		-	-
Ostatní[2]	3 434	2 827		-	-
Nebezpečné druhotné suroviny[3]	**2 058**	**1 537**	↓	**19,1**	**6,1**

[1] Hodnoty byly za účelem lepší přehlednosti zaokrouhleny.

[2] Kategorie „Ostatní" představuje souhrnnou položku, která zahrnuje také množství, jež nelze jednoznačně přiřadit k výše uvedeným kategoriím.

[3] Patří sem například odpadní barvy a laky, domácí a průmyslové baterie, úsporné žárovky, elektroodpad, zářivky, (neonové) tonery, čisticí prostředky, kyseliny a louhy, rozpouštědla a sprejové nádoby.

SNIŽOVÁNÍ MNOŽSTVÍ POTRAVINOVÉHO ODPADU

Společnost Kaufland se zavázala minimalizovat plýtvání potravinami v maloobchodě i u spotřebitelů. V našich prodejnách dbáme na to, aby se potraviny, které již nejsou vhodné k lidské spotřebě, zužitkovaly co nejefektivněji a v nejvyšší možné kvalitě. Zároveň působíme jako zprostředkovatel mezi výrobci a zákazníky, přičemž oběma stranám pomáháme aktivně snižovat množství potravinového odpadu.

Náš společný cíl:

– 50 %

méně potravinového odpadu do roku

2030.



Čtyři kroky proti plýtvání potravinami

V souladu se společně přijatým cílem společností skupiny Schwarz usilujeme o snížení množství potravinového odpadu o 50 % do roku 2030 ve srovnání s rokem 2018[1]. Tento cíl se mimo jiné opírá o cíle udržitelného rozvoje OSN (SDG 12.3 – Omezování plýtvání potravinami). Abychom účinně řešili příčiny potravinových ztrát, řídíme se čtyřmi zásadami – PŘEDCHÁZET, OMEZOVAT, VYUŽÍVAT a VZDĚLÁVAT.

PŘEDCHÁZET

Díky úzké spolupráci s našimi dodavateli předcházíme vzniku potravinového odpadu již v dodavatelském řetězci. Využíváme například pokročilé plánovací nástroje pro objednávky odpovídající skutečné poptávce a zajišťujeme efektivní přerozdělování přebytečných zásob ve skladech.

OMEZOVAT

Prostřednictvím cílených konceptů a spoluprací omezujeme vznik potravinového odpadu v rámci vlastního podnikání. Snižujeme ceny výrobků s blížícím se datem minimální trvanlivosti, prodáváme ovoce a zeleninu. Současně byly v masozávodech realizovány optimalizace výrobních procesů s cílem snížit množství ořezů při výrobě uzenin. Masozávody se dlouhodobě zaměřují na maximální zhodnocení surovin prostřednictvím efektivních výrobních a logistických procesů. V praxi to znamená předcházení vzniku zbytečných odpadů a co nejúplnější využití celého zvířete.

VYUŽÍVAT

Odpad, kterému nelze předejít, dále využíváme smysluplným způsobem nebo jej předáváme k recyklaci. V našich prodejnách nabízíme výrobky, které vznikly zpracováním zachráněných potravin. Potraviny nevhodné pro prodej, ale stále vhodné pro spotřebování v domácnosti darujeme potravinovým bankám. Ovoce a zeleninu, nevhodné k lidské spotřebě, pak předáváme myslivcům či zoologickým zahradám ke zkrmení zvířatům.

VZDĚLÁVAT

U našich zákazníků usilujeme o zvyšování povědomí o problematice plýtvání potravinami a o předávání znalostí. Činíme tak prostřednictvím informací v letácích, na webových stránkách a sociálních sítích, formou informačních kampaní i prostřednictvím školení zaměstnanců v oblasti čerstvosti a kvality v prodejnách a logistice.

[1] Hodnota za masozávody je přepočtena na jednotku (např. kilogram či tunu) prodaných výrobků.

Jak definujeme potravinový odpad

Definice plýtvání potravinami vychází u nás z vymezení používaného Evropskou unií. Popisuje množství potravin, které se v průběhu celého hodnotového řetězce ztratí nebo vyhodí, a nejsou tak již k dispozici pro lidskou spotřebu. Potravinový odpad je součet potravinových ztrát a samotného odpadu. Potravinové ztráty vznikají zejména v raných fázích dodavatelského řetězce, například při výrobě nebo zpracování. Potravinový odpad vzniká také v maloobchodě, gastronomii a v domácnostech.

V rámci našich prodejen usilujeme o to, aby potraviny, které již nejsou určeny nebo nejsou vhodné pro lidskou spotřebu, byly využity co nejkvalitnějším způsobem. Zároveň chceme v naší roli propojovacího článku podporovat jak výrobce, tak spotřebitele – prostřednictvím osvěty nebo spolupráce – v tom, aby vznikalo co nejméně potravinového odpadu.

Masozávody společnosti Kaufland

Také naše masozávody přispívají k naplňování těchto cílů tím, že maximálně předcházejí vzniku odpadu a uplatňují komplexní využití surovin. Odřezky masa, které v masozávodech vznikají mimo jiné v důsledku nezbytných výrobních procesů nebo regulatorních požadavků na kvalitu, jsou částečně dále využívány při výrobě krmiv pro domácí zvířata.

Iniciativy na záchranu potravin

Prostřednictvím iniciativ zaměřených na záchranu potravin nabízí Kaufland Česká republika kvalitní a zdravotně nezávadné výrobky ze všech relevantních sortimentních skupin – například pekařské výrobky, ovoce a zeleninu, mléčné výrobky a masné výrobky z obslužných i samoobslužných pultů – za výrazně snížené ceny. Týká se to výrobků s blížícím se datem minimální trvanlivosti nebo datem spotřeby, případně výrobků s mírně poškozeným obalem. Stejný přístup se uplatňuje také u suchého sortimentu a mražených výrobků. Tyto produkty jsou v prodejnách umístěny na vyznačených místech a označeny příslušným upozorněním v regálech.







06 POSILOVÁNÍ SPOLEČNOSTI

Ať už v našich prodejnách, ve výrobě nebo na místě vzniku surovin – za vším, co děláme, stojí lidé. Vůči nim přebíráme odpovědnost prostřednictvím férových pracovních podmínek či bezpečných a zdravých pracovišť. Zároveň se nad rámec našeho hlavního podnikání angažujeme v sociálních a environmentálních projektech v regionech, kde působíme. Vnímáme se totiž jako součást společnosti a aktivně k ní přispíváme.

STRATEGICKÉ A OPERATIVNÍ CÍLE

Jako součást společnosti uplatňujeme vysoké sociální standardy jak vůči našim zaměstnancům, tak vůči lidem v našich dodavatelských řetězcích. Nad rámec našeho hlavního podnikání se rovněž angažujeme v regionech, kde působíme, ve prospěch lidí a přírody.



Cíl na mezinárodní úrovni	Termín	Měření ukazatelů KPI	Stav	Plnění cílů v obchodním roce 2024
Pravidelně informujeme všechny naše zaměstnance o našem závazku k udržitelnosti a na tomto základě realizujeme cílená opatření k posilování jejich kompetencí.	2030	1. Vývoj výsledků zaměstnaneckého průzkumu v oblasti udržitelnosti	↗	⚙
Posilujeme kompetence našeho vedení tak, aby mohl udržitelnost průběžně a systematicky uplatňovat ve svěřených oblastech odpovědnosti.	2030	2. Pololetní standardizované sledování opatření včetně míry jejich realizace	↗	⚙

✓ Splněno ↗ Nárůst ↙ Pokles = Beze změny ⚙ V procesu

MANAŽERSKÝ PŘÍSTUP

Naše firemní filozofie staví lidi do středu pozornosti, což jsme definovali jako jednu z našich klíčových strategických oblastí. Tento aspekt identity je nedílnou součástí naší strategie společenské odpovědnosti, přičemž podrobnější souvislosti a konkrétní cíle v tomto kontextu uvádíme v kapitole Správa a řízení společnosti.

Klíčové výzvy: Nedostatek kvalifikovaných pracovníků, demografické změny a globální dodavatelské řetězce

Naši zaměstnanci představují rozhodující faktor pro dlouhodobý úspěch společnosti Kaufland. Vzhledem k nedostatku kvalifikovaných pracovníků a demografickým změnám je nezbytné uplatňovat dlouhodobě udržitelnou personální politiku, která umožní získávat, rozvíjet a dlouhodobě udržovat talentované pracovníky. Stále důležitější roli přitom hraje také silná firemní kultura, která přispívá ke zvyšování motivace zaměstnanců a k udržení konkurenceschopnosti.

Práce v prodejnách, logistických centrech a masozávodech může být fyzicky i psychicky náročná. Riziko úrazů hrozí například při obsluze pracovních prostředků, jako jsou manipulační vozíky nebo lisy na odpad. Zátěž představují také fyzicky namáhavé činnosti, jako je manipulace s těžkými břemeny. Vedle toho se v maloobchodě významně projevují i psychické zátěže, například v důsledku dočasného nedostatku personálu.



Výzvám však nečelíme pouze u vlastních zaměstnanců. Naše dodavatelské řetězce jsou složité a globálně propojené. To nám jako maloobchodnímu řetězci se širokým sortimentem často ztěžuje zajistit odpovědný přístup vůči lidem i životnímu prostředí. Tento aspekt se navíc netýká jen produktů v našich regálech. Týká se všech obchodních partnerů a poskytovatelů služeb, kteří jsou s námi úzce propojeni v rámci naší rozsáhlé podnikatelské činnosti – například v oblasti nákupu, nemovitostí nebo výstavby.

Náš strategický přístup: Posilování společnosti

Spolupráce v Kauflandu vychází z hodnot: VÝKONNOST, RESPEKT, DŮVĚRA, NOHAMA NA ZEMI a SOUNÁLEŽITOST. Tyto hodnoty usměrňují naše jednání a tvoří základ kultury, kterou společně každý den rozvíjíme – kultury, jež staví člověka do centra všeho, co děláme, podporuje inovace a vytváří dlouhodobě udržitelný úspěch. K tomu jsou zapotřebí vedoucí pracovníci, kteří jdou příkladem a své zaměstnance na této cestě nejen podporují a motivují, ale také je cíleně provázejí v jejich rozvoji a posilují jejich schopnosti. Právě společně definované hodnoty, pojetí vedení a principy leadershipu tvoří pevný základ tohoto přístupu. Tematická oblast „Posilování společnosti" se skládá ze čtyř aspektů:



ATRAKTIVNÍ ZAMĚSTNAVATEL:

V Kauflandu nabízíme našim zaměstnancům moderní a ergonomické pracovní prostředí. Abychom dokázali reagovat na individuální potřeby našich zaměstnanců, průběžně společně rozvíjíme klíčové oblasti, jako jsou modely pracovní doby, pracovní prostředí a systém péče o zdraví na pracovišti. Vedle co nejlepších pracovních podmínek nastavujeme prostřednictvím systémů odměňování standardy pro spravedlivé a férové odměňování napříč všemi organizačními jednotkami. Zároveň nabízíme zaměstnancům benefity a doplňkové služby, které jsou individuálně přizpůsobeny jejich aktuální životní fázi. Při rozhodování vycházíme z dat a podporujeme interní transparentnost prostřednictvím jasně definovaných klíčových ukazatelů (KPI). Stávající data a externí srovnání nám pomáhají identifikovat oblasti, kde je potřeba jednat a dosahovat stanovených cílů. Komplexní přístup k rozmanitosti a rovným příležitostem zároveň přispívá k posilování identifikace zaměstnanců se společností a ke zvyšování výkonnosti týmů.

POSILOVÁNÍ PRACOVNÍCH A LIDSKÝCH PRÁV:

Dodavatelské řetězce našich výrobků se rozprostírají napříč mnoha zeměmi po celém světě. Jsme si vědomi své odpovědnosti vůči lidem, kteří v našich dodavatelských řetězcích pracují, stejně jako vůči našim obchodním partnerům a poskytovatelům služeb, a tuto odpovědnost bereme vážně. Proto se zavazujeme ukotvovat povinnosti náležité péče v oblasti lidských práv a ochrany životního prostředí v našich dodavatelských řetězcích přiměřeným a systematickým způsobem, a to i nad rámec vybraných klíčových surovin a oblastí. Tento přístup zajišťujeme prostřednictvím naší strategie pro spravedlivé dodavatelské řetězce. Zasazujeme se o férové obchodní praktiky, transparentnost, důstojné pracovní a životní podmínky, dodržování lidských práv a environmentálně šetrné chování v celém našem hodnotovém řetězci.

PODPORA VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJE KOMPETENCÍ:

Prostřednictvím transparentního a srozumitelného systému hodnocení usilujeme o podporu spravedlivého hodnocení výkonu v rámci skupiny Kaufland. V rámci každoročního procesu řízení talentů jsou v jednotlivých částech organizace identifikováni nadaní kolegové. Jsou jim představovány možnosti dalšího rozvoje a vytvářeny transparentní kariérní cesty. Ústředním prvkem je hodnotící rozhovor, při němž zaměstnanci získávají zpětnou vazbu od svého nadřízeného a společně definují individuální plán rozvoje. Nabízíme širokou nabídku vzdělávacích a rozvojových programů, které reagují na individuální potřeby zaměstnanců a cíleně podporují jejich profesní rozvoj

SOCIÁLNÍ ANGAŽOVANOST:

Jako nedílnou součást naší podnikatelské odpovědnosti usilujeme o to, abychom se aktivně podíleli na řešení společenských výzev a dlouhodobě podporovali stabilní a spravedlivé podmínky pro hospodářství i komunity. Zároveň klademe důraz na partnerskou spolupráci založenou na důvěře a dbáme na to, abychom spolupracovali výhradně se seriózními a spolehlivými partnery.

NÁŠ PŘÍSTUP UPLATŇUJEME DŮSLEDNĚ TÍM, ŽE MÁME JASNĚ VYMEZENÉ ODPOVĚDNOSTI A URČENÉ ODPOVĚDNÉ OSOBY.

Zvyšujeme povědomí o udržitelnosti

Zvyšujeme povědomí o udržitelnosti, školíme a aktivně zapojujeme naše zaměstnance do souvisejících témat a pravidelně o nich informujeme prostřednictvím interních komunikačních kanálů, jako je intranet. Školení v oblasti udržitelnosti, které v roce 2023 vyvinula společnost Kaufland Stiftung & Co. KG a které bylo do roku 2024 postupně zavedeno na mezinárodní úrovni, je povinné pro zaměstnance všech společností skupiny Kaufland. Školení je z velké části realizováno formou e-learningu a kromě informací o aktivitách v oblasti udržitelnosti obsahuje také praktické podněty pro udržitelnější jednání v každodenní praxi. Školení je pravidelně aktualizováno a v budoucnu bude rozšířeno o další formáty zaměřené na cílený rozvoj kompetencí zaměstnanců. Udržitelnost je rovněž pevnou součástí procesu zapracování nových zaměstnanců (tzv. onboardingu) na administrativních pracovištích Kaufland Česká republika: v rámci uvítacích setkání i dalších odborně zaměřených aktivit jednotlivých útvarů jsou noví kolegové cíleně seznamováni s tématy udržitelnosti ve společnosti Kaufland.

Jak uvádíme naše hodnoty do praxe

Koordinací implementace a naplňování firemních zásad a hodnot je pověřen člen představenstva odpovědný za oblast personalistiky společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG, který zároveň nese odpovědnost za oblast odměňování. Ve spolupráci s dalšími odbornými útvary se personální oblast podílí také na rozvoji tématu modelů pracovní doby. Jednotlivé personální útvary dále decentralizovaně řídí tvorbu a realizaci koncepcí vzdělávání a dalšího rozvoje. Odpovědnost za rozvoj jednotlivých zaměstnanců nesou především jejich nadřízení společně se samotnými zaměstnanci. S ohledem na aktuální i budoucí úkoly společně vyhodnocují individuální potřeby dalšího vzdělávání a stanovují vhodná rozvojová opatření. Odpovědnosti vedoucích pracovníků jsou v této oblasti jasně vymezeny. Personální oddělení jednotlivých společností Kaufland poskytují vedoucím pracovníkům i odborným útvarům podporu prostřednictvím cílených procesů, programů a seminářů. Kaufland Česká republika je v oblasti rozvoje zaměstnanců navíc podporován útvarem Talent Management společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG. V rámci dlouhodobého řízení talentů jsou se zaměstnanci vytvářeny individuální rozvojové plány.

Oblast vzdělávání a zvyšování povědomí o tématech udržitelnosti koordinují příslušné útvary společenské odpovědnosti, které v této oblasti úzce spolupracují s personálním oddělením a oblastí Corporate Affairs. Podle konkrétního tématu probíhá rovněž spolupráce s dalšími odpovědnými odbornými útvary.

Odpovědnosti v oblasti ochrany zdraví při práci, bezpečnosti práce (BOZP) a celková podpora zdraví jsou rovněž jasně a komplexně vymezeny. Každý jednotlivý zaměstnanec – od řadových pracovníků až po vedoucí – odpovídá za dodržování a naplňování příslušných pravidel. V souladu s právními požadavky jsou ve společnostech Kaufland zřízeny útvary pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci. Vedle interních důvěrníků jsou kontaktními osobami v těchto otázkách také vedoucí pracovníci, zástupci osob se zdravotním postižením a odborové organizace či rady zaměstnanců.

Celkovou odpovědnost za náležitou péči v oblasti lidských práv a ochrany životního prostředí nese vedení jednotlivých společností, přičemž tato odpovědnost je implementována podle konkrétních úkolů. Oddělení nákupu a SCM, oblast compliance a týmy CSR proto úzce spolupracují při plnění příslušných povinností náležité péče.

Speciální útvar mezinárodního nákupu společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG zajišťuje v rámci řízení dodavatelů nákup zboží pro více zemí současně. Tento proces probíhá vždy v úzké koordinaci s nákupním týmem Kaufland Česká republika. Útvar udržitelnosti v nákupu (INT) působí jako strategický a odborný partner pro otázky udržitelnosti v oblasti nákupu. Ve spolupráci s útvary nákupu vypracovává strategie a stanovuje cíle pro férové a ekologicky šetrné produkty, čímž přispívá k zajištění stability dodavatelských řetězců. Mezi jeho úkoly patří mimo jiné identifikace rizik, iniciace a doprovodná opatření na podporu udržitelnějších dodavatelských řetězců a sortimentů. Rovněž poskytuje podporu při plnění regulatorních požadavků v oblasti nákupu.

Úzká spolupráce mezi jednotlivými úseky oddělení Nákupu na mezinárodní a národní úrovni umožňuje realizaci cílených opatření, která odrážejí roli Kauflandu jako udržitelného obchodního řetězce. Využívání synergií se v oblasti nákupu nepotravinových vlastních značek částečně uskutečňuje ve spolupráci se společností Lidl. V tomto rámci byly do značné míry sladěny také požadavky a cíle v oblasti udržitelnosti pro produkty nepotravinových vlastních značek.

Spolupráce a projekty se společenským přesahem jsou na národní úrovni soustředěny v oblasti CSR. Odborné útvary projekty a partnerství iniciují a realizují, přičemž útvar CSR je do těchto aktivit vždy zapojen. To platí rovněž pro oblast darů a sponzoringu. Základní rámec stanovuje společně schválená směrnice společností skupiny Schwarz, kterou doplňují specifické požadavky Kauflandu ze strany útvarů CSR a marketingu společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG, včetně společně vypracovaných zásad v oblasti Corporate Citizenship a interně nastavených pravidel pro nakládání s dary a sponzoringem. Mezinárodní proces stanovuje mimo jiné vylučující kritéria, pravidla pro schvalování a realizaci a poskytuje metodickou podporu pro objektivní posuzování darů a sponzoringu. Významné dary



a sponzoring s vazbou na udržitelnost posuzuje na základě pověření útvar CSR společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG, případně u národních darů a sponzoringu útvar CSR příslušné národní společnosti. Ve zvláštních případech, například u společných významných darů společností skupiny Schwarz, probíhá posouzení a koordinace prostřednictvím společnosti Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG.

Naše směrnice a zásady:

- **Etický kodex společností skupiny Schwarz pro obchodní partnery**
- **Závazek společností skupiny Schwarz k dodržování lidských práv a environmentálních standardů**
- **Obecné požadavky na udržitelnost (pro vlastní značky Kaufland: food, non-food, krmiva pro zvířata)**
- Směrnice společnosti Kaufland k zajištění důstojných příjmů zajišťujících základní životní potřeby
- Firemní zásady a hodnoty
- Zásady v oblasti Corporate Citizenship
- Směrnice pro nakládání s dary a sponzoringem

ATRAKTIVNÍ ZAMĚSTNAVATEL

Jako odpovědný zaměstnavatel považujeme za svou povinnost poskytovat zaměstnancům nejen bezpečné a zdravé pracovní prostředí, ale také je prostřednictvím aktivní personální práce co nejlépe podporovat a vytvářet férové pracovní podmínky. Naše ambice přinášejí výsledky: v roce 2024 získala společnost Kaufland pro všechny své národní společnosti již pošesté v řadě ocenění nezávislého institutu Top Employers Institute jako jeden z nejlepších zaměstnavatelů. Toto ocenění potvrzuje naše dlouhodobé úsilí stavět zaměstnance do centra pozornosti a systematicky podporovat jejich osobní i profesní rozvoj.



















Firemní zásady skupiny Kaufland

Spokojenost zákazníka formuje naše chování.

Promyšlený poměr cena – výkon určuje naši pozici na trhu.

Rosteme dále díky expanzi a neustálému zdokonalování našich prodejen.

Jako společnost s rozsáhlou sítí prodejen pracujeme koncepčně a systematicky.

Rychlá, správná rozhodnutí a jednoduché pracovní procesy nám zajišťují úspěch.

Dodržujeme platné právní normy a vnitřní směrnice.

Naší zásadou je férovost vůči každému.

Při naší každodenní činnosti přebíráme ekonomickou, sociální a ekologickou odpovědnost.

Jeden druhého si vážíme a vzájemně se podporujeme. Firemní dohody jsou dodržovány v atmosféře vzájemné důvěry.

Pochvala, uznání a schopnost konstruktivní kritiky formují pracovní klima při každodenní práci.

Obklopujeme se schopnými spolupracovníky - v každém úseku je zajištěna vzájemná zastupitelnost.

Naši zaměstnanci

Ke konci obchodního roku 2024 zaměstnávaly společnosti Kaufland celkem 151 764 zaměstnanců, z toho Kaufland Česká republika 14 738 zaměstnanců. Celkový počet zaměstnanců se tak oproti předchozímu roku zvýšil o 2,3 % (mezinárodně), v případě Kaufland Česká republika o 0,4 %. Navzdory napjaté globální ekonomické situaci bylo u Kauflandu (mezinárodně) vytvořeno přibližně 3 419 nových pracovních míst.

V průběhu sledovaného období jsme napříč zeměmi přivítali celkem 44 859 nových zaměstnanců, zatímco 31 293 zaměstnanců ve stejném období společnosti skupiny Kaufland opustilo. V Kaufland Česká republika bylo přijato 7 466 nových zaměstnanců a 2 554 zaměstnanců odešlo.

To odpovídá míře fluktuace přibližně 21,7 %, což představuje mírný nárůst oproti předchozímu roku. V případě společnosti Kaufland Česká republika činila míra fluktuace ve sledovaném období přibližně 22,7 %.

Pro pokrytí sezónních výkyvů jsou v omezené míře využíváni agenturní pracovníci, například v logistických centrech nebo při doplňování zboží v prodejnách.

ZAMĚSTNANCI V ČÍSLECH[1, 2]

		Kaufland International			Kaufland Česká republika	
	Jednotka	2023	2024		2023	2024
Celkový počet zaměstananců	Počet	**148 345**	**151 764**	↑	**14 674**	**14 738**
Na dobu určitou	Počet	**8 446**	**9 215**	↑	**456**	**381**
Ženy	%	55,4	55,1		315	272
Muži	%	44,6	44,9		141	109
Genderově diverzní	%	0,0	0,0[4]		0	0
Pohlaví neuvedeno	%	0,0	0,0		0	0
Zaměstnanci na dobu neurčitou	Počet	**139 899**	**142 549**	↑	**14 293**	**14 282**
Ženy	%	72,9	72,3		10 659	10 513
Muži	%	27,1	27,7		3 634	3 769
Genderově diverzní	%	0,0	0,0[4]		0	0
Pohlaví neuvedeno	%	0,0	0,0		0	0
Zaměstnanci na plný úvazek	Počet	**70 576**	**72 144**	↓	**8 051**	**8 068**
Ženy	%	62,9	63,0		5 658	5 632
Muži	%	37,1	37,0		2 393	2 436
Genderově diverzní	%	0,0	0,0		0	0
Pohlaví neuvedeno	%	0,0	0,0		0	0
Zaměstnanci na částečný úvazek[3]	Počet	**77 769**	**79 620**	↑	**6 623**	**6 670**
Ženy	%	80,1	78,8		5 273	5 196
Muži	%	19,9	21,2		1 350	1 474
Genderově diverzní	%	0,0[4]	0,0[4]		0	0
Pohlaví neuvedeno	%	0,0	0,0		0	0

[1] Zde uvedený počet zaměstnanců představuje interní řídicí ukazatel, který vychází z odlišné definice zaměstnanců, než jaká je použita v účetní závěrce. Zatímco v účetní závěrce je počet zaměstnanců vykazován jako průměr konečných stavů jednotlivých čtvrtletí účetního roku a zahrnuje také zaměstnance v dlouhodobé pracovní neschopnosti a zaměstnance na mateřské/rodičovské dovolené, interní vykazování vychází ze stavu k rozvahovému dni (ke konci účetního roku). Zaměstnanci na mateřské dovolené a zaměstnanci v dlouhodobé pracovní neschopnosti nejsou do interního vykazování zahrnuti.

[2] Údaje o počtu zaměstnanců v celé tabulce jsou vykazovány v přepočtu na počet osob.

[3] Za zaměstnance na částečný úvazek jsou považováni zaměstnanci s rozsahem pracovní doby nižším než 100 %. Pokud neexistuje národní právní úprava, považuje se za částečný úvazek pracovní smlouva s rozsahem nižším než 163 hodin měsíčně.

[4] Skutečná hodnota je vyšší než 0 %, avšak nižší než práh zaokrouhlení 0,05 %, a je proto v souladu se zvoleným způsobem zobrazení uvedena jako 0,0 %.

Struktura zaměstnanců[1, 2, 3]

		Zaměstnanci celkem	Věková struktura			Genderová struktura			
			Věková skupina < 30 let	Věková skupina 30–50 let	Věková skupina > 50 let	Ženy	Muži	Gende-rově diverzní	Pohlaví neuvedeno
Celkem	Počet	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 %
Zaměstnanci bez řídicí funkce	Počet	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 %
Management	Počet	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 %
Vyšší Management	Počet	120	0	93	27	30	90	0	0
	%	0,1 %	0,0 %	77,5 %	22,5 %	25,0 %	75,0 %	0,0 %	0,0 %
Vrcholový Management	Počet	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 %



Pracovní doba i rozsah pracovních hodin jsou v Kauflandu vždy jasně upraveny pracovní smlouvou, což zaměstnancům usnadňuje vyvážení pracovního a osobního života. Tento aspekt je důležitý nejen pro vytváření atraktivního pracovního prostředí, ale je také klíčovým předpokladem rovnosti příležitostí. Samozřejmostí je i možnost čerpání rodičovské dovolené.

Ve sledovaném období využilo rodičovskou dovolenou celkem 4 891 zaměstnanců společností skupiny Kaufland (v Kaufland Česká republika 740 zaměstnanců). To představuje 3,1 % všech zaměstnanců a 5 % zaměstnanců Kaufland Česká republika.

Rodičovská dovolená

Zaměstnanci, kteří čerpali rodičovskou dovolenou[1]



[1] Z důvodu relevance pro řízení společnosti vychází sběr a vykazování všech uvedených údajů z definice zaměstnanců používané v interním manažerském reportingu, nikoli z definice obsažené v účetní závěrce. Do této definice jsou zahrnuti zaměstnanci v pracovním poměru na plnou i zkrácenou pracovní dobu, zaměstnanci zaměstnaní na základě dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr (např. dohoda o pracovní činnosti nebo dohoda o provedení práce), žáci a studenti vykonávající odbornou praxi, studenti duálního studia, zaměstnanci vyslaní ze zahraničí, zaměstnanci čerpající dlouhodobé neplacené volno a zaměstnanci v režimu postupného odchodu do důchodu (v aktivní fázi), stejně jako další dočasně působící pracovníci, například pracující studenti, stážisté, diplomanti či brigádníci, pokud ve sledovaném období odpracovali pracovní hodiny.

[2] Kategorie zaměstnanců jsou podle společně stanovené definice členěny následovně: vrcholový management = řídicí úroveň I–II, vyšší management = řídicí úroveň III, management = vedoucí pracovníci od řídicí úrovně IV–VI bez zástupců / bez řídicí úrovně, zaměstnanci bez řídicí funkce = ostatní zaměstnanci.

[3] Údaje o počtu zaměstnanců v celé tabulce jsou vykazovány v přepočtu na počet osob.

[4] Skutečná hodnota je vyšší než 0 %, avšak nižší než práh zaokrouhlení 0,05 %, a je proto v souladu se zvoleným způsobem vykazování uvedena jako 0,0 %.

Spravedlivé odměňování

Férové a tržně odpovídající odměňování zaměstnanců je jedním ze základních pilířů naší firemní strategie. Pravidla pro zařazování do mzdových tříd jsou nastavena nediskriminačně a uplatňují se bez ohledu na pohlaví, věk, náboženství, sexuální orientaci, zdravotní postižení či etnický původ uchazečů a zaměstnanců.

Ve společnosti Kaufland Česká republika vycházíme z jednotně nastavené mzdové struktury založené na objektivních kritériích, jako jsou délka praxe, odborné znalosti, kompetence a rozsah odpovědnosti dané pozice. Vedle základní mzdy nabízíme zaměstnancům širokou škálu zaměstnaneckých benefitů, které odpovídají běžné praxi na českém trhu práce. Patří mezi ně například benefity v rámci programu zaměstnaneckých výhod či rozšířené možnosti zdravotní péče. Tyto benefity jsou zásadně dostupné zaměstnancům na plný i kratší pracovní úvazek za stejných podmínek.

Odměňování vedoucích pracovníků ve skupině Kaufland se řídí jednotnými principy a jasně stanovenými pravidly. Výše jejich odměny se odvíjí především od náročnosti svěřených úkolů a míry odpovědnosti. Základem je stabilní a předvídatelná struktura odměňování s důrazem na atraktivně nastavenou fixní složku mzdy.

Individuální výše mezd je považována za důvěrnou informaci a její sdílení, včetně využití pro statistické účely, podléhá příslušným omezením. Zároveň respektujeme právní požadavky na transparentnost odměňování. Každý zaměstnanec má možnost požádat o informace týkající se odměňování v rozsahu stanoveném právními předpisy.

Skupina Kaufland podporuje kolektivní vyjednávání a uzavírání kolektivních smluv. V účetním roce 2024 bylo kolektivní smlouvou pokryto 77,9 % zaměstnanců Kauflandu. V Kauflandu Česká republika činil tento podíl 100 %.



Všichni zaměstnanci mají právo zakládat zaměstnanecká zastoupení a sdružovat se v odborových organizacích. Zaměstnanecká zastoupení vznikají a působí v souladu s platnými právními předpisy. Dlouhodobě usilujeme o otevřenou, férovou a konstruktivní spolupráci se zvolenými zástupci zaměstnanců. U zaměstnanců podléhajících kolektivní smlouvě v Kaufland Česká republika jsou mzdové podmínky a další náležitosti sjednávány v rámci kolektivního vyjednávání mezi zaměstnavatelem a odborovou organizací. Pro nastavení odměňování zaměstnanců mimo kolektivní smlouvu využíváme pravidelné mzdové analýzy a srovnání s trhem.

Tarifní ani netarifní mzdové struktury neuplatňují rozdíly v odměňování na základě pohlaví. Oblasti, jako je nárok na dovolenou nebo placené pracovní volno z osobních důvodů, jsou ve společnostech skupiny Kaufland upraveny jednotně a platí pro všechny zaměstnance bez rozdílu.

Bezpečnost práce a ochrana zdraví

Fyzické, psychické i sociální zdraví našich zaměstnanců má pro nás zásadní význam. Ve sledovaném roce jsme proto dále rozvíjeli a posilovali oblast bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) i systém péče o zdraví zaměstnanců na národní i mezinárodní úrovni. V rámci našeho systému řízení BOZP jsou definovány všechny klíčové procesy týkající se bezpečnosti práce a ochrany zdraví a jsou dokumentovány v systému řízení procesů. Odpovědnosti za jednotlivé procesní kroky jsou jednoznačně stanoveny. Systém řízení BOZP se vztahuje na všechny zaměstnance Kauflandu a je průběžně aktualizován na základě nových poznatků, například z hodnocení rizik.

Mezinárodní procesní standardy jsou přenášeny do prostředí Kaufland Česká republika a přizpůsobovány národním právním předpisům tak, aby vznikla odpovídající lokální procesní pravidla. Tím dosahujeme vysoké míry standardizace napříč zeměmi. Procesy v oblasti BOZP se přitom úzce opírají o požadavky normy ISO 45001 pro systémy řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Dodržování platných směrnic a procesů je pravidelně ověřováno prostřednictvím auditů a kontrol. V Kaufland Česká republika tuto činnost zajišťuje interní audit společnosti Schwarz Corporate Solutions KG.



V Kaufland Česká republika jsou pravidelně prováděny kontroly bezpečnosti a ochrany zdraví při práci na jednotlivých pracovištích, jejichž cílem je včas identifikovat potenciál ke zlepšení a přijmout vhodná opatření. Klíčová je přitom úzká spolupráce mezi odborníky na BOZP a odpovědnými osobami v provozních útvarech. Podporujeme iniciativu místních specialistů BOZP s cílem vytvářet bezpečné pracovní prostředí pro naše zaměstnance a zvyšovat efektivitu nastavených procesů.

Prevence pracovních úrazů je pro nás prioritou – zaměřujeme se na preventivní opatření a systematické posilování bezpečnostních standardů ve všech oblastech. V rámci skupiny Kaufland klademe důraz na prevenci pracovních úrazů a systematické posilování bezpečnostních opatření ve všech oblastech BOZP. Dojde-li k pracovnímu úrazu nebo ke skoroúrazu, je podle potřeby provedena podrobná analýza příčin a jsou stanovena odpovídající preventivní opatření. Ve sledovaném roce byl proces řešení pracovních úrazů rozšířen o detailnější vyšetřování a systém reportování úrazů byl sjednocen na mezinárodní úrovni. Vývoj úrazovosti a její hlavní oblasti jsou nyní sledovány prostřednictvím přehledového BOZP dashboardu, což umožňuje přijímat cílená opatření na národní i mezinárodní úrovni. Kromě toho byla v pěti distribučních centrech Kauflandu provedena analýza bezpečnosti práce s cílem identifikovat možnosti zlepšení v oblasti řízení a komunikace bezpečnosti práce.

Ve společnostech skupiny Kaufland jsou prováděna hodnocení rizik vztahující se ke konkrétním pracovním činnostem. Tato hodnocení jsou při změnách pracovních postupů nebo při zavádění nových zařízení upravována a pravidelně aktualizována. Příslušný odborník na bezpečnost a ochranu zdraví při práci poskytuje vedoucím pracovníkům odbornou podporu a poradenství při jejich zpracování i průběžné aktualizaci.

Na základě výsledků hodnocení rizik jsou stanovována a realizována nezbytná technická, stavební, organizační nebo personální opatření, jejichž cílem je předcházet ohrožení zdraví a zajistit bezpečné pracovní podmínky.

Významnou součástí bezpečnosti a ochrany zdraví při práci jsou také opatření zaměřená na zlepšování ergonomie pracovišť. Příkladem jsou poloautomatické vychystávací systémy, které přispívají ke snížení fyzické zátěže dotčených zaměstnanců a zároveň umožňují ergonomičtější a efektivnější způsob vychystávání zboží. Ergonomické výhody přinášejí také speciálně vyvinuté sklopné palety (KKP), které jsou denně využívány při vychystávání, přepravě a skladování – zejména při balení a vybalování zboží. Masozávody Kaufland pravidelně investují do moderních systémů bezpečnosti práce, především na pracovištích se zvýšeným rizikem. Díky tomu je možné cíleně snižovat hlukovou zátěž i jednostrannou či nadměrnou fyzickou zátěž. K odlehčení a dalšímu zlepšení pracovních podmínek přispívá také využívání robotických řešení, dopravníkových systémů a vysokozdvižných zakladačů. Současně nabízíme zaměstnancům různé programy podpory zdraví, které posilují jejich povědomí o ergonomii a bezpečnostních aspektech práce a podporují odpovědné chování na pracovišti.

ZAPOJENÍ ZAMĚSTNANCŮ

Zaměstnanci Kauflandu i jejich zástupci jsou do oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci systematicky zapojováni. V souladu s právními požadavky jsou v Kaufland Česká republika zřízeny pracovní skupiny pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci, které pravidelně zasedají.

Společně přijatá pravidla a opatření v oblasti BOZP jsou zaměstnancům komunikována prostřednictvím různých kanálů, například prostřednictvím interního systému BOZP, e-learningových kurzů, newsletterů, vývěsek, příspěvků na intranetu nebo v rámci týmových porad na jednotlivých pracovištích. Stejnými komunikačními cestami jsou zaměstnanci pravidelně a včas informováni také o nabídkách podpory zdraví.

Každoročně vypracováváme interní zprávu o bezpečnosti ve společnosti a v rámci veřejně dostupných zpráv o udržitelnosti podrobně informujeme o odpovědnostech i o vývoji úrazovosti.

Abychom zajistili funkční organizaci BOZP a aktivní zapojení zaměstnanců, jsou vybraní pracovníci školeni a pověřováni konkrétními úkoly, například jako osoby odpovědné za požární ochranu nebo jako vyškolení poskytovatelé první pomoci. Všichni zaměstnanci jsou navíc pravidelně seznamováni s možnými riziky na pracovišti prostřednictvím systematických školení. Všeobecné školení bezpečnosti práce a požární ochrany (BOZP a PO) je povinné pro všechny naše zaměstnance, a to buď prezenčně, nebo formou e-learningu. V masozávodě a logistice probíhá na každoroční bázi. V centrále a prodejnách se opakuje jednou za dva roky. Školení probíhají převážně formou online kurzů, v případě potřeby nebo pokud to vyžadují právní předpisy také prezenčně. Online školení k obecným i specifickým tématům BOZP je plošně zavedeno a bylo ve sledovaném roce 2024 dále rozšířeno. Standardně je dostupné všem zaměstnancům prodejen i administrativních pracovišť.

INICIATIVA V OBLASTI ZDRAVÍ

Kaufland ve všech svých společnostech zajišťuje v souladu se zákonnými požadavky pracovnělékařské služby. Jejich cílem je podporovat zdraví všech zaměstnanců a předcházet zdravotním obtížím souvisejícím s výkonem práce. V rámci těchto služeb jsou například prováděna hodnocení rizik a zajišťována pracovnělékařská péče formou lékařských prohlídek, a to jak povinných, tak preventivních. Kromě toho jsou na mnoha pracovištích v rámci systému péče o zdraví zaměstnanců realizována další opatření na podporu zdraví, která koordinuje personální oddělení.

Prostřednictvím pracovnělékařských služeb a programů podpory zdraví na pracovišti nabízíme cílená opatření zaměřená na ergonomii, pohyb, kompenzaci jednostranné zátěže, výživu i preventivní lékařské prohlídky. Naším cílem je co nejlépe zachovat fyzické i duševní zdraví zaměstnanců. Pracovnělékařská péče se odvíjí od konkrétních pracovních činností a s nimi spojených rizik v jednotlivých pracovních oblastech – například práce u počítače, rizika kožních onemocnění nebo expozice UV záření.

V Kaufland Česká republika je pracovnělékařská péče zajišťována prostřednictvím externích poskytovatelů pracovnělékařských služeb. V případě psychických či jiných obtíží se mohou zaměstnanci obrátit na určené důvěrné osoby (tzv. důvěrníky). Ty představují první kontaktní místo a v případě potřeby zprostředkovávají další odbornou pomoc.

Zaměstnance pracující v rizikovějších oblastech každoročně informujeme o možnosti dobrovolné preventivní lékařské prohlídky. Zaměstnancům na administrativních pozicích je k dispozici ergonomické vybavení kanceláře. V prodejnách a logistických distribučních centrech snižujeme fyzickou zátěž například prostřednictvím optimalizované výšky regálů, výškově nastavitelných dopravníků nebo využíváním technických pomůcek, jako jsou ergonomicky navržené přepravní prostředky šetrné k pohybovému aparátu.

Společnosti Kaufland dále nabízejí sportovní a volnočasové aktivity, například zvýhodněné členství ve fitness a sportovních centrech. Nabídku doplňují přednášky zaměřené na zdraví a různé další aktivity.

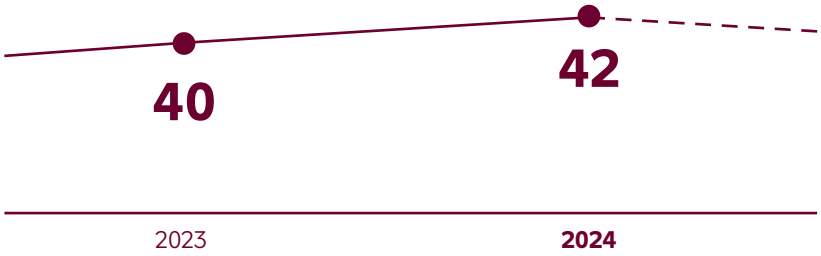
Statistika: Pracovní úrazy a onemocnění

Ve sledovaném roce bylo zaznamenáno celkem 42 pracovních úrazů na 1 000 FTE (ekvivalent plného pracovního úvazku). Oproti předchozímu účetnímu roku to představuje mírný nárůst úrazovosti o 3 %. Vývoj se však liší podle jednotlivých oblastí. Zatímco v logistice došlo ke snížení úrazovosti o 10 % a v masozávodech o 16 %, v největší oblasti – maloobchodním provozu – byl zaznamenán nárůst o 7 %. Nejčastější příčiny pracovních úrazů jsou:

- Uklouznutí, zakopnutí a pády v důsledku mokrých podlah nebo překážek
- Řezná poranění při manipulaci s noži a krájecími stroji
- Úrazy při práci s prostředky pro manipulaci s materiálem (např. vysokozdvižné vozíky a elektrické paletové vozíky)

Kaufland International

Počet pracovních úrazů[1] (na 1 000 FTE)



Míra nemocnosti, tedy podíl pracovní neschopnosti z důvodu nemoci na ročním fondu pracovní doby, činila v roce 2024 přibližně 6 %.

Míra nemocnosti ve společnosti Kaufland Česká republika byla v roce 2024 na úrovni 5,7 %.

Míra nemocnosti[2] (v %)

Kaufland international
2023 **2024**



Kaufland Česká republika
2023 **2024**



[1] Započítány jsou pracovní úrazy zaměstnanců Kauflandu s dobou pracovní neschopnosti ≥ 1 den s výjimkou úrazů při cestě do zaměstnání a zpět.
[2] Do výpočtu nejsou zahrnuti zaměstnanci v dlouhodobé pracovní neschopnosti ani absence z důvodu ošetřování nemocného dítěte.

POSILOVÁNÍ PRACOVNÍCH A LIDSKÝCH PRÁV

Je naší odpovědností aktivně chránit a prosazovat lidská a pracovní práva v celém rozsahu našich dodavatelských řetězců. Proto přijímáme opatření, jejichž cílem je zajistit spravedlivé odměňování, důstojné pracovní podmínky a respektování základních práv zaměstnanců jak v našich vlastních provozech, tak v rámci dodavatelských řetězců. Zároveň jsme zavedli jasné mechanismy pro včasnou identifikaci a řízení rizik a pro efektivní vyřizování podnětů a stížností.

Vítáme rozhodnutí Evropské unie vytvořit závazný a jednotný právní rámec, který na jedné straně zajistí dodržování lidských práv a ochranu životního prostředí a na straně druhé poskytne podnikům působícím v hodnotových řetězcích právní jistotu a rovné podmínky hospodářské soutěže. Konkrétní požadavky jsou zakotveny ve společně vypracovaném Etickém kodexu, který je závaznou součástí smluvní dokumentace s dodavateli.

Etický kodex jako klíčová priorita

Společně vypracovaný a schválený Etický kodex společností skupiny Schwarz stanovuje podmínky etického chování pro obchodní partnery, základní principy spolupráce a vymezuje očekávání v oblasti lidských práv a ochrany životního prostředí. Vychází z přístupu založeného na hodnocení rizik a zohledňuje potenciální dopady v rámci celého hodnotového řetězce. Etický kodex navazuje na níže uvedené mezinárodní směrnice a principy, jejichž cílem je omezovat negativní environmentální a sociální dopady v celém hodnotovém řetězci:

- Mezinárodní listina lidských práv
- Hlavní zásady OSN v oblasti podnikání a lidských práv
- Úmluva OSN o právech dítěte
- Úmluva OSN o odstranění všech forem diskriminace žen
- Směrnice OECD pro nadnárodní podniky
- Základní pracovní normy Mezinárodní organizace práce (ILO)
- Pařížská dohoda o klimatu
- Minamatská úmluva
- Stockholmská úmluva
- Basilejská úmluva
- Principy iniciativy UN Global Compact (UNGC)

Základní principy stanovené Mezinárodní organizací práce (ILO) jsou tak v plném rozsahu zohledněny. Kodex zároveň reflektuje i relevantní environmentální standardy. Mezi témata upravená v Etickém kodexu pro obchodní partnery společností Skupiny Schwarz patří mimo jiné:

- Zákaz diskriminace
- Spravedlivé zacházení
- Zákaz nucené práce a moderního otroctví
- Zákaz dětské práce a ochrana mladistvých
- Mzdy a pracovní doba
- Svoboda sdružování a kolektivní vyjednávání
- Bezpečnost a ochrana zdraví
- Disciplinární opatření
- Práva k půdě
- Dodržování právních předpisů v oblasti ochrany životního prostředí
- Využívání zdrojů a dopady na životní prostředí

Kromě toho respektujeme závazky vyplývající z mezinárodních úmluv, například při výrobě, používání a likvidaci výrobků, jak jsou upraveny v Minamatské úmluvě (rtuť), Stockholmské úmluvě (perzistentní organické látky – POPs) a Basilejské úmluvě (nebezpečné odpady).

GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 414-2

Náležitá péče v dodavatelském řetězci

Společnost Kaufland při svém podnikání dbá na zodpovědný přístup.

KROK 1: IDENTIFIKACE RIZIK

Vzhledem k velkému počtu obchodních partnerů a širokému spektru zboží z celého světa usilujeme o důkladnou znalost rizik spojených s našimi dodavatelskými řetězci. Od roku 2022 provádí společnost Kaufland Stiftung & Co. KG na základě pověření systematické roční i mimořádné analýzy rizik všech přímých obchodních partnerů v souladu s požadavky německého zákona o náležité péči v dodavatelském řetězci (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – LkSG).

Individuální klasifikace rizik přímých obchodních partnerů vychází z nakupovaných výrobků nebo poskytovaných služeb. Hodnocení rizik se opírá o uznávané indexy a studie a zohledňuje také informace o jednotlivých zemích a surovinách. Prostřednictvím různých zdrojů, jako jsou Mezinárodní organizace práce (ILO), Index moderního otroctví (Global Slavery Index), databáze UNICEF o ochraně dětí (Global Data Base Child Protection) či index genderové nerovnosti OSN (UN Gender Inequality Index), posuzujeme, ve kterých částech našich dodavatelských řetězců je riziko porušování lidských práv nejvyšší. Naším cílem je proces identifikace rizik a příležitostí průběžně zdokonalovat.

Na základě získaných poznatků stanovujeme priority mezi obchodními partnery podle míry jejich rizikové expozice, abychom mohli cíleně předcházet negativním dopadům na lidská práva a environmentální standardy.

KROK 2: NASTAVENÍ POŽADAVKŮ A PROCESŮ

Dodržování lidských práv a environmentálních standardů v dodavatelském řetězci podléhá na globální i regionální úrovni jasně stanoveným kritériím, standardům a právním povinnostem v oblasti udržitelnosti.

Naši smluvní partneři jsou v rámci smluvní dokumentace – například prostřednictvím Etického kodexu a Obecných požadavků na udržitelnost pro dodavatele – informováni o svých povinnostech a systematicky na ně upozorňováni.

Zejména u surovin s vysokým rizikem z hlediska lidských práv a životního prostředí si stanovujeme konkrétní cíle a průběžně pracujeme na jejich naplňování. Vůči obchodním partnerům formulujeme jasné požadavky, které přispívají k dosažení těchto cílů. Patří mezi ně například produktové a surovinové certifikace, zapojení do rozvoje standardů či realizace podpůrných projektů. Příslušné zásady jsou podrobněji uvedeny v kapitole **Šetrné nakládání se zdroji**.

KROK 3: REALIZACE A KONTROLA

Na základě stanovených požadavků a procesů (viz. krok 2) přijímáme konkrétní opatření a pravidelně ověřujeme jejich účinnost. Příkladem našeho přístupu k ochraně lidských práv v dodavatelském řetězci je rozšiřování portfolia o certifikované suroviny. Jsme si vědomi toho, že preventivní nástroje, jako jsou certifikace či označení, nemohou porušování lidských práv zcela vyloučit. Představují však důležitý krok směrem k vyšší transparentnosti, překračují zákonné minimální standardy a tvoří zásadní součást naší náležité péče. Mezinárodně uznávané certifikační systémy, jako jsou Fairtrade, Rainforest Alliance nebo FSC®, s nimiž spolupracujeme různými způsoby, umožňují dohled nad dodržováním standardů až na úrovni producentů. Prostřednictvím těchto organizací probíhají pravidelné kontroly dodržování stanovených standardů, a to i za účasti nezávislých třetích stran. V kapitole **Kvalitní stravování** uvádíme přehled všech produktových označení a certifikací, které využíváme.

Od roku 2021 je nákup nepotravinových vlastních značek společnosti Kaufland postupně zajišťován prostřednictvím společnosti Lidl. V rámci této spolupráce jsou uvedené požadavky uplatňovány i vůči dodavatelům produktů pořizovaných pro Kaufland. U vybraných produktových skupin požaduje Kaufland od roku 2020 od výrobců provádění sociálních auditů.

KROK 4: ZLEPŠOVÁNÍ

Negativním dopadům aktivně předcházíme, případně je systematicky odstraňujeme nebo zmírňujeme. Klíčovým předpokladem je umožnit dotčeným osobám přístup k účinným mechanismům podávání stížností. Za účelem získávání informací o možném porušování lidských práv a poskytování nápravy jsme zavedli mechanismy podávání stížností ve více než 30 jazycích. Tyto mechanismy umožňují dotčeným osobám i svědkům důvěrně oznamovat možné porušení lidských práv a environmentálních standardů, mimo jiné prostřednictvím online oznamovacího systému „BKMS". Další informace o našich mechanismech podávání stížností jsou uvedeny v kapitole **Správa a řízení společnosti**.

Pokud jsou zjištěny negativní dopady, které společnosti skupiny Kaufland způsobily nebo k nim přispěly, usilujeme o jejich nápravu. Využíváme přitom své možnosti vlivu a úzce spolupracujeme s našimi dodavateli i nezávislými třetími stranami, abychom zajistili, že dotčeným osobám bude poskytnuta přiměřená náprava. Pokud ani přes přijatá nápravná opatření nedojde ke zlepšení a dodavatel nadále porušuje základní sociální a environmentální standardy nebo platné právní předpisy, vyhrazujeme si jako krajní opatření právo ukončit obchodní spolupráci. Ještě než vstoupil v účinnost německý zákon o náležité péči v dodavatelském řetězci (LkSG), prověřovali jsme v rámci našich analýz rizik nákup produktů ze surovin z vysoce rizikových odvětví, kde hrozí dětská práce.

Vedle jednoznačného závazku chránit práva dětí a bojovat proti nucené práci patří mezi naše klíčové cíle také zajištění odpovídajících mezd a stabilních příjmů pro pracovníky v dodavatelských řetězcích. Toto úsilí vnímáme jako nedílnou součást náležité péče naší společnosti. Zaměřujeme se přitom nejen na spravedlivé odměňování našich vlastních zaměstnanců, ale také na podmínky odměňování partnerů v rámci globálních dodavatelských řetězců. Zvláštní pozornost věnujeme dodavatelům na mezinárodních nákupních trzích a producentům v oblasti zemědělství a agrárního sektoru, kde podporujeme vyplácení přiměřených mezd a příjmů.

Zapojení do iniciativ a partnerství více zainteresovaných stran

Kaufland je členem pracovní skupiny německého maloobchodu zaměřené na zajištění důstojných příjmů a mezd (tzv. důstojných příjmů a mezd). Cílem této pracovní skupiny je podporovat producenty v zemích původu při dosahování příjmů a mezd umožňujících důstojné živobytí. V roce 2020 byla v této souvislosti podepsána dobrovolná deklarace závazku. Iniciativa Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative (SASI) tuto pracovní skupinu organizuje, a podporuje ji při naplňování tohoto cíle, mimo jiné prostřednictvím společných projektů. První pilotní projekt se zaměřuje na zavádění důstojných mezd v sektoru banánů. V této souvislosti byla zveřejněna zpráva o rozdílu mezi vyplácenou a důstojnou mzdou v Ekvádoru. V roce 2023 byl zahájen další projekt zaměřený na zajištění důstojných příjmů pro rodiny drobných pěstitelů kávy v Peru a Hondurasu. V dodavatelských řetězcích byly prověřeny potenciální pilotní farmy.

Společnosti skupiny Kaufland se rovněž zapojují do různých platforem sdružujících více zainteresovaných stran s cílem posílit účinnost oznamovacích systémů a rozšířit dosah vlastních mechanismů podávání stížností. Kromě toho jsme aktivní v iniciativě „Appellando". Společně s několika dodavateli spolupracujeme na oborovém mechanismu podávání stížností v oblasti ovoce a zeleniny.

KROK 5: KOMUNIKACE

Důležitými komunikačními kanály jsou tiskové zprávy a publikace, například naše reporty o udržitelnosti, směrnice k nákupní politice, stanoviska či naše webové stránky. Zde jsou rovněž zveřejněna základní prohlášení a informace o jednotlivých mechanismech podávání stížností.

Strategický přístup k ochraně lidských práv

V roce 2025 zahájil Kaufland nový projekt zaměřený na oblast lidských práv v našich dodavatelských řetězcích. Jeho posláním je systematicky a dlouhodobě zlepšovat pracovní a životní podmínky v dodavatelských řetězcích ve spolupráci s našimi partnery a dalšími zainteresovanými stranami.

V rámci tohoto strategického přístupu se soustředíme na tři klíčová témata: předcházení nucené práci, ochranu práv dětí a zajištění důstojných mezd. Mezi prioritní suroviny patří banány, káva, kakao, pomerančový džus a palmový olej. Naše iniciativa je postavena na třech pilířích:

POROZUMĚT

Abychom dostáli své odpovědnosti v oblasti lidských práv, je nezbytné důkladně porozumět jednotlivým dodavatelským řetězcům i výzvám, které jsou s nimi spojeny. Naším cílem není rizika pouze identifikovat, ale také je posuzovat v konkrétním kontextu a na tomto základě přijímat účinná opatření.

- **Analýza kontextu**
- **Analýzy rizik**
- **Transparentnost dodavatelského řetězce**

UKOTVIT

Dlouhodobý závazek v oblasti lidských práv vyžaduje pevné struktury a zavedené procesy, které jsou trvale začleněny do firemní praxe. Pouze tak lze účinně snižovat rizika a zajišťovat průběžné zlepšování. O dosaženém pokroku transparentně informujeme.

- **Nákupní politika**
- **Certifikace a standardy**
- **Prevence a nápravná opatření**
- **Mechanismus podávání stížností**
- **Reportování a zásady**

JÍT PŘÍKLADEM

Pro dosažení dlouhodobých pozitivních změn využíváme účinné nástroje na podporu lidských práv zejména v citlivých částech dodavatelského řetězce. V rámci definovaných klíčových témat a surovin realizujeme společně s partnery z odvětví a nevládními organizacemi konkrétní projekty. Naším cílem je překročit rámec pilotních iniciativ a podpořit jejich systematické rozšiřování tak, aby mohly být uplatněny v širším měřítku napříč celým odvětvím.

- **Projekty v klíčových surovinách**
- **Projekty v klíčových tématech**

KLÍČOVÁ TÉMATA

Předcházení nucené práci | **Ochrana práv dětí** | **Zajištění důstojných příjmů a mezd**

KLÍČOVÉ SUROVINY

Banány | **Káva** | **Kakao** | **Pomerančový džus** | **Palmový olej**

SOCIÁLNÍ ANGAŽOVANOST

Naše sociální angažovanost je nedílnou součástí firemní filozofie skupiny Kaufland. Podporujeme potřeby komunit, v nichž působíme, prostřednictvím finanční podpory formou darů i přímé praktické pomoci v různých sociálních projektech.

Dary a sponzoring: jak podporujeme sociální projekty

V souladu se společně schválenou strategií společenské odpovědnosti se naše podpora zaměřuje především na tematickou oblast „Kvalitní stravování". Vedle tohoto globálního směřování má Kaufland Česká republika možnost definovat i další specifickou tematickou oblast pro svůj sociální závazek. Konkrétně se jedná o podporu komunitních projektů napříč regiony či podporu osob se zrakovým handicapem a organizací, které jim pomáhají. Na lokální úrovni využíváme naši společenskou angažovanost k naplňování široké škály cílů a témat v oblasti udržitelnosti, pokud prokazatelně přispívají k dosahování cílů v dané oblasti.

Za důležité považujeme, aby naše opatření a projekty byly střednědobě až dlouhodobě zaměřené; výjimku představuje pouze akutní pomoc v krizových a mimořádných situacích. Zvláštní důraz klademe na projekty s prokazatelným a pokud možno měřitelným dopadem, které jsou relevantní pro naše stakeholdery. Upřednostňujeme iniciativy, jež umožňují aktivní zapojení zákazníků a zaměstnanců a podporují jejich spoluúčast. Dalším klíčovým kritériem je spolupráce s důvěryhodnými projektovými a kooperujícími partnery, kteří zajišťují profesionální a spolehlivou realizaci projektů.

Naše dary a sponzoring se zaměřují především na sociálně znevýhodněné skupiny obyvatel a na osoby, které potřebují podporu v oblasti zdravého životního stylu.

Pravidelně podporujeme neziskové organizace jako Nadační fond Českého rozhlasu (Světluška a Ježíškova vnoučata), komunitní projekty prostřednictvím Nadaci Via, potravinové banky, DEBRA ČR, Dejme dětem šanci a další organizace. Více o spolupráci se Světluškou a Nadací Via najdete v kapitole **Rozhovory**.

Kromě toho se mohou do společensky prospěšných aktivit zapojit také naši zaměstnanci, například prostřednictvím dobrovolného dárcovství krve v Německu, Polsku, Rumunsku, na Slovensku, v Česku a Chorvatsku.

O aktivitách společnosti Kaufland Česká republika v oblasti sociální angažovanosti si můžete přečíst více na stránce **https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny.html**.

PŘÍLOHA

O této zprávě

OBSAH A ROZSAH ZPRÁVY

Tato zpráva přináší přehled o pokroku v oblasti udržitelnosti společnosti Kaufland Česká republika. Kvantitativní i kvalitativní údaje se vztahují částečně ke Kaufland Česká republika a částečně ke konsolidovaným údajům všech společností skupiny Kaufland, tedy (pokud není uvedeno jinak) k těmto společnostem:

- Kaufland Stiftung & Co. KG se sídlem v Neckarsulmu, zajišťuje z Německa nadnárodní funkce pro celou skupinu Kaufland.
- Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG se sídlem v Neckarsulmu, zahrnuje přibližně 780 prodejen Kaufland v Německu, šest regionálních společností a sedm logistických distribučních center, dále čtyři masozávody v Německu (označováno také jako Kaufland v Německu; rozšíření prostřednictvím akvizice a integrace prodejen Real v Německu je zohledněno v meziročním srovnání ukazatelů).
- Kaufland Polska Markety sp. z o.o. sp. k. (také Kaufland Polsko), se sídlem: 50-541 Wroclaw, Al. Armii Krajowej 47, počet prodejen: 52, počet logistických/distribučních center: 3
- Kaufland Česká republika v.o.s. (také Kaufland Česká republika), se sídlem: Praha, počet prodejen: 145, počet logistických/distribučních center: 2, počet masozávodů: 1
- Kaufland Hrvatska k.d. (také Kaufland Chorvatsko), se sídlem: Záhřeb, počet prodejen: 50, počet logistických/distribučních center: 1
- Kaufland Slovenská republika v.o.s. (také Kaufland Slovensko), se sídlem: Bratislava, počet prodejen: 84, počet logistických/distribučních center: 1
- Kaufland Bulgaria EOOD & Co KD (BG) (také Kaufland Bulharsko), se sídlem: Sofia, počet prodejen: 67, počet logistických/distribučních center: 1
- Kaufland Romania Societate in Comandita (také Kaufland Rumunsko), se sídlem: Bukurešť, počet prodejen: 190, počet logistických/distribučních center: 2
- Kaufland Republik Moldau (také Kaufland Moldavsko), se sídlem: Kišiněv, počet prodejen: 9

Společnosti Kaufland v Polsku, České republice, Chorvatsku, na Slovensku, v Bulharsku, Rumunsku a Moldavsku jsou nepřímými dceřinými společnostmi Kaufland Stiftung & Co. KG. V České republice působí Kaufland od roku 1998. S 14 738 zaměstnanci a 145 prodejnami patří Kaufland mezi přední maloobchodní řetězce s potravinami v České republice.

Do této zprávy není zahrnuta e-commerce platforma Kaufland Online marketplace, která je sice součástí skupiny Schwarz, avšak organizačně spadá pod společnost Schwarz Digits, IT a digitální divizi skupiny Schwarz.

Výrazy „my", „nás", „naše" apod., stejně jako označení „Kaufland", jsou v celém dokumentu používány jako souhrnné označení všech výše uvedených společností. Pokud se informace vztahují výhradně na naši národní společnost Kaufland Česká republika, je tato skutečnost výslovně uvedena.

POUŽITÉ STANDARDY A STRUKTURA ZPRÁVY

Tato zpráva o udržitelnosti byla zpracována v souladu s mezinárodně uznávanými standardy GRI (GRI Sustainability Reporting Standards). Odpovídající informace jsou uvedeny v **Indexu GRI**. Orientaci ve zprávě usnadňují odkazy na konkrétní strany v indexu i přímé uvedení jednotlivých GRI ukazatelů v textu.

Na základě společně zpracované analýzy významnosti a čtyř strategických klíčových oblastí strategie společenské odpovědnosti (CR) - „Ochrana přírody", „Šetrné nakládání se zdroji", „Posilování společnosti" a „Kvalitní stravování" - tato zpráva informuje o hlavních environmentálních, sociálních a ekonomických dopadech a aktivitách společností skupiny Kaufland.

Nad rámec témat identifikovaných v rámci společné analýzy významnosti jsme do zprávy zahrnuli také další oblasti. Tento postup sleduje zejména zachování kontinuity oproti předchozím zprávám: z důvodu konzistentnosti nadále informujeme o vybraných tématech, která byla nově vyhodnocena jako nevýznamná, avšak v předchozích letech byla součástí dobrovolného reportingu. Tím, že o těchto doplňkových tématech nadále informujeme, zajišťujeme přímou srovnatelnost s předchozími roky a současně maximální transparentnost vůči čtenářům. Tato dodatečná témata jsou v obsahovém indexu GRI příslušně označena.

ZMĚNY OPROTI PŘEDCHOZÍ ZPRÁVĚ

Tato zpráva je poprvé strukturována podle naší nové strategie společenské odpovědnosti (CR). Její obsahové členění vychází ze čtyř strategických oblastí, aby byly dosažené pokroky a realizovaná opatření prezentovány ještě transparentněji a konzistentněji. Nově rovněž kromě národních ukazatelů zveřejňujeme i konsolidované mezinárodní ukazatele za Kaufland, které – jak bylo uvedeno výše – zahrnují všechny společnosti skupiny Kaufland.

Vzhledem k povinnostem vyplývajícím ze směrnice CSRD musely být některé ukazatele za účetní rok 2024 shromážděny ještě před jeho ukončením. Pro hodnoty za zbývající část období proto byly použity odpovídající metody odhadu.

V případě odchylek oproti údajům zveřejněným v poslední zprávě o udržitelnosti za obchodní rok 2022 a 2023 jsou významnější rozdíly (více než 5 %) v této zprávě na příslušném místě vysvětleny. Menší odchylky jsou způsobeny zejména zlepšenou dostupností a kvalitou dat.

OBDOBÍ A CYKLUS VYKAZOVÁNÍ

Období, za které je tato zpráva o udržitelnosti zpracována, zahrnuje období od 1. března 2024 do 28. února 2025. V některých případech uvádíme také informace přesahující toto období, pokud je to nezbytné pro zajištění úplnosti nebo lepší srozumitelnosti. Tyto pasáže jsou v textu vždy jednoznačně označeny. Údaje jsou – pokud není uvedeno jinak – vykazovány ke dni 28. února 2025. Redakční uzávěrka proběhla dne 21. září 2026. Zpráva je vydávána každoročně.

Podněty a dotazy lze zasílat na kontaktní adresu: **csr@kaufland.cz**.

EXTERNÍ OVĚŘENÍ

Společnost EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft podrobila vybrané ukazatele uvedené v přehledu KPI společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG, Neckarsulm, za období od 1. března 2024 do 28. února 2025 omezenému ověření (limited assurance).

Na **Přehled KPI**; na **Zprávu nezávislého auditora**.

Index GRI

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
GRI 1: Základy			
Prohlášení o aplikaci standardů			Společnosti Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika zpracovaly tuto zprávu v souladu se standardy GRI za účetní rok 2024, tj. za sledované období od 1. března 2024 do 28. února 2025.
Použitý standard GRI:			GRI 1: Základy 2021
Uplatnitelné sektorové standardy GRI:			V průběhu sledovaného roku jsme posoudili použitelnost sektorového standardu GRI „GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022" (sektory zemědělství, akvakultury a rybolovu). S ohledem na obchodní model společnosti Kaufland jsme dospěli k závěru, že tento sektorový standard se na společnost Kaufland nevztahuje.
GRI 2: Obecné údaje (2021)			
Odpovědná správa a řízení společnosti			
Organizace a její postupy při podávání zpráv			
GRI 2-1	Profil organizace	34–36; 138	
GRI 2-2	Subjekty zahrnuté do zprávy o udržitelnosti organizace	138	
GRI 2-3	Období vykazování, četnost podávání zpráv a kontaktní místo	138–139	
GRI 2-4	Opravy nebo přepracování informací	139	
GRI 2-5	Externí ověření	139	
Činnosti a zaměstnanci			
GRI 2-6	Činnosti, hodnotový řetězec a další obchodní vztahy	36–38, 40	
GRI 2-7	Zaměstnanci	125	
GRI 2-8	Pracovníci, kteří nejsou zaměstnanci	125	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Údaje k tomuto ukazateli jsou ve společnostech skupiny Kaufland zatím k dispozici pouze v omezeném rozsahu. Možnost zavedení konsolidovaného sběru dat a jejich systematického ověřování pro budoucí vykazování je aktuálně posuzována.
Správa a řízení společnosti			
GRI 2-9	Struktura řízení a její složení	39	
GRI 2-10	Jmenování a výběr nejvyššího kontrolního orgánu	–	Omezení vyplývající z povinnosti mlčenlivosti: Požadované informace o jmenování a výběru nejvyššího kontrolního orgánu podléhají obchodnímu tajemství společností Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika, a proto nejsou zveřejňovány.
GRI 2-11	Předseda nejvyššího kontrolního orgánu	39	
GRI 2-12	Úloha nejvyššího kontrolního orgánu při dohledu nad zvládáním dopadů	40–43; 52	
GRI 2-13	Přenesení odpovědnosti za řízení dopadů	42–43	

Základní informace o reportingu, obecné údaje a významná témata jsou **barevně zvýrazněny**. Dodatečně vykazované informace jsou zobrazeny bez grafického označení na transparentním pozadí.

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
GRI 2-14	Úloha nejvyššího kontrolního orgánu při podávání zpráv o udržitelnosti	42–43	
GRI 2-15	Střet zájmů	–	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: K případným střetům zájmů nejvyššího kontrolního orgánu nejsou v současnosti k dispozici žádné informace. Činnost v rámci společnosti a související rozhodnutí mohou být vykonávány a přijímány výhradně v zájmu společnosti. Jakýkoli skutečný či možný vliv soukromých zájmů musí být vyloučen.
GRI 2-16	Předávání zásadních podnětů	42–43	
GRI 2-17	Souhrn znalostí a odborných kompetencí nejvyššího kontrolního orgánu	42–43	
GRI 2-18	Hodnocení výkonnosti nejvyššího kontrolního orgánu	–	Omezení vyplývající z povinnosti mlčenlivosti: Požadované informace o hodnocení činnosti nejvyššího kontrolního orgánu představují obchodní tajemství společností Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika, a proto nejsou zveřejňovány.
GRI 2-19	Politika odměňování	–	Omezení vyplývající z povinnosti mlčenlivosti: Požadované informace týkající se politiky odměňování nejvyššího kontrolního orgánu představují obchodní tajemství společností Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika, a proto nejsou zveřejňovány.
GRI 2-20	Postup stanovení odměňování	127	
GRI 2-21	Poměr celkové roční odměny	–	Omezení vyplývající z povinnosti mlčenlivosti: Požadované informace týkající se poměru celkové roční odměny představují obchodní tajemství společností Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika, a proto nejsou zveřejňovány.
Strategie, zásady a postupy			
GRI 2-22	Prohlášení o uplatňování strategie udržitelnosti	5	
GRI 2-23	Závazek k dodržování zásad a pravidel jednání	40–44; 100; 132	
GRI 2-24	Zohlednění politických závazků	40; 42–44; 132	
GRI 2-25	Postupy k nápravě nepříznivých dopadů	52–53; 65	
GRI 2-26	Postupy pro vyžádání stanoviska a podávání podnětů	52–53	
GRI 2-27	Dodržování zákonů a dalších právních předpisů	–	Omezení vyplývající z povinnosti mlčenlivosti: Požadované informace o uložených pokutách a porušeních právních předpisů podléhají obchodnímu tajemství společností Kaufland Stiftung & Co. KG a Kaufland Česká republika, a proto nejsou zveřejňovány.
GRI 2-28	Členství v profesních sdruženích a zájmových skupinách	50–51	
GRI 205-2	Komunikace a školení týkající se zásad a postupů v oblasti boje proti korupci	52	
Zapojení zainteresovaných stran			
GRI 2-29	Přístup k zapojování zainteresovaných stran	45; 47–49; 53; 65; 134	
GRI 2-30	Kolektivní smlouvy	127	

Index GRI

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
GRI 3: Významná témata (2021)			
GRI 3-1	Postup při určování významných témat	44–45	
GRI 3-2	Seznam významných témat	44–46	
Dobře se stravovat			
GRI 3	**Významná témata (2021)**		
GRI 3-3	Řízení významných témat	46; 57–60	
Bezpečnost spotřebitelů a/nebo konečných uživatelů			
FP: Food Processing (zpracování potravin)			
FP5	Podíl objemu výroby realizovaného ve výrobních závodech certifikovaných nezávislou třetí stranou podle mezinárodně uznávaných standardů systémů řízení bezpečnosti potravin	64–65	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Procentní podíl objemu výrobků vyrobených v certifikovaných závodech není v současnosti k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.
FP6	Podíl objemu prodeje výrobků se sníženým obsahem tuku, transmastných kyselin, soli a cukru	63	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Procentní podíl výrobků se sníženým obsahem tuku, transmastných kyselin, soli a cukru není v současné době k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.
FP7	Podíl celkového objemu prodeje spotřebního zboží podle kategorií výrobků s vyšším obsahem zdraví prospěšných složek (např. vlákniny, vitaminů, minerálních látek, sekundárních metabolit rostlin nebo funkčních potravinových složek)	62–63	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Procentní podíl výrobků podle kategorií s vyšším obsahem zdraví prospěšných složek není v současné době k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.
Dopady informací na spotřebitele a/nebo konečné uživatele			
GRI 416: Zdraví a bezpečnost zákazníků (2016)			
GRI 416-1	Posouzení dopadů jednotlivých kategorií výrobků a služeb na zdraví a bezpečnost	64–66	
GRI 416-2	Porušení předpisů v souvislosti s dopady výrobků a služeb na zdraví a bezpečnost	66	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Z důvodu relevance pro interní řízení společnosti vykazujeme počet výrobků stažených z trhu v rámci veřejných svolávacích akcí u privátních značek, nikoli počet porušení právních předpisů nebo dobrovolných etických kodexů souvisejících s dopady výrobků a služeb na zdraví a bezpečnost.
GRI 417: Marketing a označování výrobků (2016)			
GRI 417-1	Požadavky na informace o výrobcích a službách a jejich označování	64–65; 67; 95	
Ochrana přírody			
GRI 3	**Významná témata (2021)**		
GRI 3-3	Řízení významných témat	46; 73–76	

Základní informace o reportingu, obecné údaje a významná témata jsou **barevně zvýrazněny**. Dodatečně vykazované informace jsou zobrazeny bez grafického označení na transparentním pozadí.

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
Ochrana klimatu			
GRI 201: Ekonomická výkonnost (2016)			
GRI 201-2	Finanční dopady změny klimatu na organizaci a další rizika a příležitosti související se změnou klimatu	74–75	
GRI 203: Nepřímé ekonomické dopady (2016)			
GRI 203-1	Investice do infrastruktury a podporované služby	86	
GRI 308: Posuzování environmentálních dopadů dodavatelů (2016)			
GRI 308-2	Negativní dopady na životní prostředí v dodavatelském řetězci a přijatá opatření	84; 95	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Kvantitativní údaje o počtu a procentuálním podílu dodavatelů posuzovaných z hlediska environmentálních dopadů nejsou v současnosti k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.
Energie			
GRI 302: Energie (2016)			
GRI 302-1	Spotřeba energie v rámci organizace	80	
GRI 302-3	Energetická náročnost	80–83	
GRI 302-4	Snížení spotřeby energie	80	
GRI 302-5	Snížení energetické náročnosti produktů a služeb	84	
Adaptace na změnu klimatu			
GRI 305: Emise (2016)			
GRI 305-1	Přímé emise skleníkových plynů (Scope 1)	77; 87	
GRI 305-2	Nepřímé emise skleníkových plynů související se spotřebou energie (Scope 2)	77; 87	
GRI 305-3	Ostatní nepřímé emise skleníkových plynů (Scope 3)	77; 87	
GRI 305-4	Intenzita emisí skleníkových plynů	78; 87	
GRI 305-5	Snížení emisí skleníkových plynů	79; 87	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Rozsah snížení emisí skleníkových plynů (v tunách CO_2 ekvivalentu), který je přímo přiřaditelný konkrétním opatřením ke snižování emisí, nelze v současnosti plně vyčíslit. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu se aktuálně zkoumá.
Biodiverzita a ekosystémy (nevýznamné téma – reportováno nad rámec povinnosti)			
GRI 304: Biodiverzita (2016)			
GRI 304-2	Významné dopady činností, produktů a služeb na biodiverzitu	74–75; 88	
GRI 304-3	Chráněná nebo revitalizovaná stanoviště	90–91	Informace jsou neúplné: Konkrétní údaje o velikosti, poloze a stavu chráněných nebo revitalizovaných stanovišť nejsou v současné době k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.

Index GRI

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
Šetrné nakládání se zdroji			
GRI 3	**Významná témata (2021)**		
GRI 3-3	Řízení významných témat	46; 96–99; 101–102	
Vstupy zdrojů a jejich využití			
GRI 301: Materiály (2016)			
GRI 301-1	Použité materiály podle hmotnosti nebo objemu	106	
GRI 301-2	Použité recyklované vstupní suroviny	103–104; 106	
GRI 301-3	Výrobky odebrané zpět a jejich obalové materiály	103	
Odpady			
GRI 306: Odpady (2020)			
GRI 306-1	Vznik odpadu a významné dopady související s odpady	108; 110; 114–115	
GRI 306-2	Řízení významných dopadů souvisejících s odpady	107; 110; 114–115	
GRI 306-3	Vzniklý odpad	110–113	
GRI 306-4	Odpad předaný k využití	110–113	
GRI 306-5	Odpad předaný k likvidaci	110–113	
Posilování společnosti			
GRI 3	**Významná témata (2021)**		
GRI 3-3	Řízení významných témat	46; 119–123	
Rovné zacházení a rovné příležitosti pro všechny (dodavatelé)			
GRI 407: Svoboda sdružování a kolektivní vyjednávání (2016)			
GRI 407-1	Provozovny a dodavatelé, u nichž může být ohroženo právo na svobodu sdružování a kolektivní vyjednávání	133–134	
GRI 408: Dětská práce (2016)			
GRI 408-1	Provozovny a dodavatelé s významným rizikem výskytu dětské práce	133–134	
GRI 409: Nucená a povinná práce (2016)			
GRI 409-1	Provozovny a dodavatelé s významným rizikem výskytu nucené nebo povinné práce	133–134	
GRI 414: Sociální posuzování dodavatelů (2016)			
GRI 414-2	Negativní sociální dopady v dodavatelském řetězci a přijatá opatření	132–135	

Základní informace o reportingu, obecné údaje a významná témata jsou **barevně zvýrazněny**. Dodatečně vykazované informace jsou zobrazeny bez grafického označení na transparentním pozadí.

Standard GRI		Strana	Vynechání/komentář
Pracovní podmínky (vlastní zaměstnanci)			
GRI 202: Postavení na trhu (2016)			
GRI 202-1	Poměr nástupní mzdy žen a mužů k místní zákonné minimální mzdě	127	
GRI 205: Boj proti korupci (2016)			
GRI 205-2	Komunikace a školení týkající se zásad a postupů v oblasti prevence korupce	52	
GRI 401: Zaměstnanost (2016)			
GRI 401-3	Rodičovská dovolená	126	
GRI 403: Bezpečnost a ochrana zdraví při práci (2018)			
GRI 403-1	Systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	128–129	
GRI 403-2	Identifikace nebezpečí, hodnocení rizik a vyšetřování incidentů	128–129	
GRI 403-3	Pracovnělékařské služby	129–130	
GRI 403-4	Zapojení zaměstnanců, konzultace a komunikace v oblasti BOZP	129	
GRI 403-5	Školení zaměstnanců v oblasti BOZP	129	
GRI 403-6	Podpora zdraví zaměstnanců	129–130	
GRI 403-7	Předcházení a zmírňování dopadů na BOZP přímo souvisejících s obchodními vztahy	128–129	
GRI 403-8	Zaměstnanci zahrnutí do systému řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	128–129	
GRI 403-9	Pracovní úrazy	130–131	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Podrobné údaje o pracovních úrazech, včetně četnosti, závažnosti, druhu zranění a počtu odpracovaných hodin, nejsou v současnosti k dispozici. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.
GRI 403-10	Onemocnění související s prací	131	
GRI 405: Diverzita a rovné příležitost (2016)			
GRI 405-1	Diverzita v kontrolních orgánech a mezi zaměstnanci	126	
GRI 405-2	Poměr základní mzdy a odměňování žen k základní mzdě a odměňování mužů	127	Informace nejsou k dispozici/jsou neúplné: Poměr základní mzdy a celkového odměňování žen k mužům není v současnosti sledován. Možnost zavedení systematického sběru těchto informací pro účely budoucího reportingu je aktuálně posuzována.

Přehled KPI

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 recalls[2]			
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_2e	354,280
		%	0.98
Fugitive emissions		tCO_2e	204,605
Mobile combustion		tCO_2e	32,322
Stationary combustion		tCO_2e	117,353
Scope-2	305-2	tCO_2e	28,410
		%	0.08
District heating		tCO_2e	28,410
Electricity (market-oriented)		tCO_2e	0
Scope-3	305-3	tCO_2e	35,631,891
		%	98.94
Cat. 3.1 Purchased goods and services		tCO_2e	30,852,797
Cat. 3.2 Capital goods		tCO_2e	290,745
Cat. 3.3 Fuel and energy-related emissions		tCO_2e	256,537
Cat. 3.4 Transports (upstream)		tCO_2e	1,283,163
Cat. 3.5 Operational waste		tCO_2e	61,258
Cat. 3.6 Business travel		tCO_2e	26,082
Cat. 3.7 Employee commuting		tCO_2e	183,234
Cat. 3.9 Transports (downstream)		tCO_2e	0
Cat. 3.10 Processing of the products sold		tCO_2e	0
Cat. 3.11 Use of the products sold		tCO_2e	1,271,085
Cat. 3.12 Disposal / recycling of sold products		tCO_2e	1,406,272
Cat. 3.15 Investments		tCO_2e	718
Total		tCO_2e	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] Kategorie "Food" zahrnuje všechny potraviny, jakož i výrobky ze souvisejících odvětví, např. kosmetiku, prací a čisticí prostředky, květiny a rostliny.

[2] Zobrazuje počet jedinečných prodejních položek stažených z prodeje v rámci veřejných stažení výrobků našich vlastních značek z prodeje. Stažení výrobků z prodeje se nezohledňuje. Všechny aktivně zaznamenané výrobky (zaznamenané alespoň na jednom trhu) jsou zahrnuty na konci klíčového data obchodního roku. Vyloučeny jsou: rozdílové trhy, fiktivní skupiny kupujících, doplňkový obchod (a nerelevantní skupiny výrobků), speciální položky/šarže/sezónní výrobky, výlohy, prodejní soupravy.

[3] Analyzované zdroje emisních faktorů: mezinárodní organizace (např. IEA, IPCC), databáze LCA (např. Ecoinvent, Optimeal), národní instituce (např. DBEIS / DEFRA), jakož i průmyslová sdružení a organizace (např. Plastics Europe, FEFCO). Aby bylo možné porovnat emisní faktory s předchozími roky, někdy se na výpočet nepoužívají nejaktuálnější dostupné emisní faktory.

[4] Emise v kategoriích 3.8, 3.13 a 3.14 nejsou z důvodu nevýznamnosti zohledněny.

[5] V důsledku zaokrouhlování hodnot jsou možné mírné odchylky v součtech.

[6] Pokud v době tvorby zprávy nebyly k dispozici údaje, vycházelo se z údajů za předchozí rok.

Přehled KPI

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] Kategorie „Other" je společná položka, která obsahuje i množství, která nelze jednoznačně přiřadit k výše uvedeným kategoriím.

[2] Mezi „Hazardous recyclables" patří například staré barvy/laky, baterie pro domácnost/průmyslové baterie, úsporné zářivky, elektronický odpad, zářivky, (neonové) tonery, čisticí prostředky, kyseliny a zásady, rozpouštědla, nádoby od sprejů a staré hasicí přístroje.

Přehled KPI

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

Přehled KPI

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] Uvedený počet zaměstnanců představuje údaj používaný pro interní řízení, který vychází z jiné definice zaměstnanců, než jaká se používá v roční účetní závěrce. Zatímco v roční účetní závěrce se uvádí počet zaměstnanců (včetně zaměstnanců na dlouhodobé nemocenské a mateřské dovolené) jako průměr údajů ke konci každého čtvrtletí obchodního roku, interní údaj se uvádí ke dni vykazování na konci obchodního roku. Zaměstnanci na mateřské dovolené a dlouhodobě nepřítomní zaměstnanci jsou z interních údajů vyloučeni.

[2] Údaje o zaměstnancích v tabulce vycházejí z počtu zaměstnanců.

[3] Zaměstnanci pracující na méně než 100 % plného pracovního úvazku se považují za zaměstnance pracující na částečný úvazek. Pokud neexistují vnitrostátní předpisy, práce na částečný úvazek znamená smluvní pracovní dobu kratší než 163 hodin měsíčně.

[4] Skutečná hodnota je vyšší než 0,0 %, ale nižší než práh zaokrouhlování 0,05 %, a proto se podle zvoleného způsobu zobrazení zobrazí jako 0,0 %.

[5] Z důvodu relevantnosti kontroly se jako základ pro sběr a vykazování všech specifikovaných hodnot používá definice zaměstnance používaná v interním manažerském výkaznictví, nikoli definice obsažená v roční účetní závěrce. Patří sem zaměstnanci na plný/částečný úvazek, zaměstnanci na dobu určitou, stážisté, studenti duálního studia, vyslaní zaměstnanci ze zahraničí, zaměstnanci, kteří si vzali volno, a zaměstnanci na částečném důchodu v aktivní fázi, brigádníci, jako jsou pracující studenti, stážisté, absolventi a dočasní zaměstnanci (pokud byla v sledovaném období poskytnuta pracovní doba).

[6] Kategorie zaměstnanců jsou podle společně stanovené definice členěny následovně: vrcholový management = řídící úroveň I–II, vyšší management = řídící úroveň III, management = vedoucí pracovníci od řídící úrovně IV–VI bez zástupců / bez řídící úrovně, zaměstnanci bez řídící funkce = ostatní zaměstnanci.

Independent auditor's report on a limited assurance engagement

The assurance engagement performed by EY relates exclusively to the German v ersion 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,

- 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

aforementioned. 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]

Tiráž

Vydavatel

Kaufland Česká republika v.o.s
Bělohorská 203
169 00 Praha 6
IČO: 25110161
DIČ: CZ25110161

Vydání této zprávy bylo koordinováno společnostmi Kaufland Česká republika v.o.s. a Kaufland Stiftung & Co. KG.

Kontakt

csr@kaufland.cz

Oprávněný zástupce

Sven Reinhard

Zodpovedná osoba

Corporate Affairs – tým CSR
Kaufland Česká republika v.o.s
csr@kaufland.cz

Redakce

Accenture GmbH, Kronberg Německo

Grafické zpracování

LOUP GmbH, Stuttgart, Německo
Cellula s.r.o., Praha, Česká republika

Fotografie

Veškeré ostatní fotografie se nacházejí ve vlastnictví společnosti Kaufland nebo byly pořízeny na její objednávku

Rok vydání

2026

https://spolecnost.kaufland.cz/rozhoduji-ciny.html
csr@kaufland.cz

Kaufland