

NACHHALTIG

handeln.



**Machen
macht
den
Unterschied.**


Kaufland

Nachhaltigkeit bei Kaufland

Mit Taten überzeugen

„Machen macht den Unterschied“ verkörpert, wie wir Nachhaltigkeit verstehen. Wir wollen nicht nur darüber sprechen, sondern jeden Tag Schritt für Schritt weiter vorankommen: Unser Ziel ist es, zu den nachhaltigsten Lebensmittelhändlern zu zählen.

Für das Nachhaltigkeitsverständnis bei Kaufland folgen wir unserem Leitsatz „Machen macht den Unterschied“. Damit fassen wir unser gesamtes Engagement für Mensch, Tier und Umwelt zusammen. Es drückt unsere Haltung zu Nachhaltigkeit aus, die darin besteht, nicht nur darüber zu sprechen, sondern Schritt für Schritt jeden Tag ein Stück weiter voranzukommen. Für uns ist klar: Nachhaltigkeit ist nicht nur entscheidend für eine lebenswerte Zukunft für uns alle, sondern auch für den weiteren Erfolg von Kaufland. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensstrategie, unserer Prozesse und der Ausbildung unserer Mitarbeiter. Es ist eine Haltung, ein Qualitätssiegel und eine Handlungsaufforderung.

Als internationaler Lebensmitteleinzelhändler möchten wir unsere Verantwortung annehmen und mit Taten überzeugen. Wie wir das umsetzen, zeigen wir mit unseren teils langjährigen Nachhaltigkeitsprojekten, die auf unserer Website zu finden sind. Gleichzeitig sind wir uns bewusst, dass wir nur gemeinsam etwas verändern können: Wir wollen Mitarbeitern, Kunden und der Gesellschaft zeigen, was wir bereits tun und sie einladen, mit uns einen Unterschied zu machen.

**Machen
macht
den
Unterschied.**



Kaufland



UNSER SORTIMENT

07

20

UNSERE MITARBEITER



UNSERE LIEFERKETTEN

18

22

UNSERE FILIALEN



UNSERE GESELLSCHAFT

26

Für die Zukunft handeln

188

Standorte mit Ökostrom-Tankstellen

Betrieben mit 100% Grünem Strom

An über 188 Kaufland-Standorten bieten wir unseren Kunden und Mitarbeitern die Möglichkeit, ihr Elektroauto während des Einkaufs oder der Arbeit bequem mit Ökostrom zu laden. Der Strom kommt aus 100% erneuerbaren Energiequellen.

Mit unserem Programm „Machen macht Schule“ machen wir für Kinder die Themen Umwelt, Natur und Ernährung mit Aktionstagen erlebbar.

200

Aktionstage und 30.000 erreichte Kinder pro Jahr

MACHEN MACHT SCHULE
DAS BILDUNGSPROGRAMM VON KAUFLAND

Machen macht den Unterschied.		
AKTIONSTAGE Umwelt Natur Ernährung	LERNORTE Schule/Kindergarten Naturpark Filiale/Schule	PARTNER Umweltexperten Feld/Wald/Wiese Ernährungsexperten

Mit den Aktionstagen machen wir Zukunftsthemen für Kinder und Jugendliche greifbar.



Mit der Plastikstrategie „REset Plastic“ verfolgen wir die Vision „Weniger Plastik – geschlossene Kreisläufe“. Dafür setzen wir uns ehrgeizige Ziele in fünf Handlungsfeldern: REduce, REdesign, REcycle, REMove und REsearch.

Vegan Food Award

Unsere Eigenmarke „K-take it veggie“ hat den „Vegan Food Award 2020“ der Organisation PETA als „Beste Eigenmarke“ im Lebensmittelhandel gewonnen. Unsere veganen Ersatzprodukte sind ausgezeichnete, verantwortungsvolle und umweltfreundliche Alternativen.



Hohe Qualität, große Auswahl und günstige Preise

Kaufland ist ein international tätiges Einzelhandelsunternehmen mit mehr als 1.300 Märkten und über 132.000 Mitarbeitern in acht Ländern. Das Unternehmen ist Teil der Schwarz Gruppe, die zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa gehört und hat seinen Sitz in Neckarsulm, Baden-Württemberg.

Mit durchschnittlich 30.000 Artikeln bietet Kaufland ein großes Sortiment an Lebensmitteln und alles für den täglichen Bedarf. Dabei liegt der Fokus auf den Frischeabteilungen Obst und Gemüse, Molkereiprodukten sowie Fleisch, Wurst, Käse und Fisch. Ergänzt wird dieses Angebot unter anderem durch Haushaltswaren, Elektroartikel, Schreib- und Spielwaren sowie durch wöchentlich und saisonal wechselnde Aktionsware.

Seit Gründung des Unternehmens liegt die Frischfleisch- und Wurstproduktion in eigener Hand. Kaufland betreibt fünf eigene Fleischwerke, vier davon in Deutschland und eins in Tschechien, sowie 17 Verteilzentren weltweit. Die Fleischwerke versorgen unsere Kunden jeden Tag mit frischen Fleisch- und Wurstspezialitäten.



1.300

Filialen



132.000

Mitarbeiter



30.000

Artikel



5

eigene
Fleischwerke



Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

**Machen
macht
den
Unterschied.**

WE SUPPORT



Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt als Lebensmitteleinzelhändler bewusst. Um dieser gerecht zu werden, haben wir Nachhaltigkeit in unseren Unternehmenszielen und -prozessen verankert. Wir arbeiten jeden Tag daran, unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und achten darauf, die Bedürfnisse unserer Kunden und weiterer Stakeholder zu berücksichtigen. Darüber hinaus haben wir uns dem UN Global Compact (UNGC) angeschlossen, der weltweit größten Initiative verantwortungsvoller Unternehmensführung. Gemeinsam mit tausenden Mitstreitern in Unternehmen und Organisationen aus über 160 Ländern engagieren wir uns

für die Menschen in unseren globalen Lieferketten, für unsere Mitarbeiter und für den Schutz von Umwelt und natürlichen Ressourcen. Die zehn Prinzipien des UNGC in den Bereichen Menschenrechte, Sozialstandards, Umwelt und Korruptionsbekämpfung legen wir unseren Geschäftsaktivitäten zugrunde.

Um die Welt ein bisschen besser zu machen, fangen wir dort an, wo wir wirklich etwas erreichen können: „Machen macht den Unterschied“ verkörpert dabei unseren Anspruch an unser Nachhaltigkeitsprogramm. Hier stellen wir für Deutschland drei Themen ins Zentrum:



Heimat

Wir bieten ein großes Angebot an heimischen Produkten und arbeiten eng mit unseren regionalen Lieferanten und Erzeugern zusammen.



Ernährung

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



Tierwohl

Wir wollen verantwortungsvollere Haltungsbedingungen fördern, die auf Respekt vor dem Tier beruhen und entwickeln daher die bisherigen Standards kontinuierlich weiter.

UNSER SORTIMENT – MACHEN VON ANFANG AN

Globalen Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit oder dem Verlust der Artenvielfalt wollen wir bei Kaufland entgegenwirken. Wir tragen Verantwortung entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette und achten darauf, unser Sortiment nachhaltiger zu gestalten. Das heißt für uns zum Beispiel, sich für verantwortungsvolle Produktionsbedingungen, artgerechtere Tierhaltung und den Erhalt natürlicher Lebensräume an Land und in den Meeren einzusetzen.



Über

5.600

zertifizierte Produkte
in unserem Sortiment



Rund

25.000

Produkte von 1.600
regionalen Herstellern



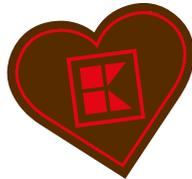
Bis zu

1.200

vegane Produkte

Förderung heimischer Produkte

Wir bei Kaufland wollen unseren Kunden beste Lebensmittel aus der Region bieten. Dafür stehen bei uns Frische und hohe Qualität, kurze Transportwege und die Förderung der heimischen Landwirtschaft an erster Stelle. In jedem Bundesland beziehen wir ein großes Angebot an Lebensmitteln regional und saisonal und arbeiten dafür eng mit unseren über 1.600 heimischen Produzenten zusammen. So schaffen wir es, unser Sortiment von Obst und Gemüse über Molkereiprodukte und Wurstspezialitäten bis hin zu Backwaren, Mineralwasser, Wein oder Bier regional zu gestalten und bauen die Partnerschaft zu regionalen Herstellern sukzessive weiter aus.



Wenn heimisches Obst und Gemüse Saison haben, führen Transport und Lagerung gegenüber importierter Ware zu weniger Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß, vor allem aber zu mehr Frische - das schmeckt man bei knackigem Gemüse und leckerem Obst.

Regionalität heißt für uns, dass unsere Lebensmittel im Bundesland unserer Kunden hergestellt werden, bei ausgewählten Produkten sogar in einem Umkreis von ca. 30 Kilometern um die Filiale. Damit machen wir für den Erhalt unserer landwirtschaftlichen Strukturen und fürs Klima den Unterschied. Regionale Erzeugnisse erkennen unsere Kunden ganz einfach mithilfe unseres „Region-Herzes“ auf dem Etikett.

Zur Unterstützung der heimischen Landwirtschaft arbeiten wir mit dem Siegel „Qualität aus Deutschland“. Daran erkennen unsere Kunden die gesamte Vielfalt an Erzeugnissen aus deutscher landwirtschaftlicher Produktion im Kaufland-Sortiment.

In Baden-Württemberg haben wir verschiedene Demeter-Kalbfleischprodukte aus kuhgebundener Kälberaufzucht im Angebot. Das Fleisch stammt aus der „Initiative Bruderkalb“, die Kaufland und Demeter gemeinsam mit Bio-Landwirten in Hohenlohe ins Leben gerufen haben.

Verantwortung auf einen Blick

Unseren Kunden wollen wir verantwortungsvolles Einkaufen so einfach wie möglich machen. In unserem Sortiment erkennt man nachhaltigere Produkte schnell und einfach anhand verschiedener Siegel und Zertifizierungen.

 Über
500

ASC-, MSC- oder GGN-zertifizierte Fischprodukte

 Über
670

Produkte, deren Zutaten durch UTZ oder Rainforest Alliance zertifiziert sind

 Über
240

Artikel aus fairem Handel: Fairtrade und Gepa



Verantwortungsvoll gezüchtete Fische und Meeresfrüchte nach umweltschonenden Methoden und unter fairen Arbeitsbedingungen. Mehr auf www.asc-aqua.org/de



Fisch aus nachhaltiger Fischerei. Es wird sichergestellt, dass der Fischbestand in einem guten Zustand ist und das marine Ökosystem geschont wird. Mehr auf www.msc.org/de



Fairtrade steht für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen in den Erzeugerländern sowie einen umweltschonenderen Anbau. Mehr auf www.fairtrade-deutschland.de



Anbau unter Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ökonomischer Anforderungen. Das UTZ-Programm ist jetzt Teil der Rainforest Alliance. Mehr auf www.rainforest-alliance.org



Holz- und Papierprodukte aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft. Es werden verbesserte Sozial- und Umweltstandards bei der Herstellung garantiert. Mehr auf www.fsc-deutschland.de



Produkte und Dienstleistungen erfüllen hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften. Mehr auf www.blauer-engel.de

Mehr Bio für alle

Bio-Produkte unterliegen deutlich strengeren Richtlinien als Produkte aus konventioneller Herstellung. Die Richtlinien orientieren sich an den Themen Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Auch wir setzen auf bessere Tierhaltung, Transparenz, Biodiversität, gesunde Böden, sauberes Grundwasser und auf Lebensmittel ohne Gentechnik. Wir stärken heimische Bio-Landwirte, bieten Produkte unter der Eigenmarke K-Bio an und fördern Projekte für ökologische Landwirtschaft. Nur gemeinsam machen wir den Unterschied.

Unser Ziel: Wir wollen jedem Kunden den Zugang zu ökologisch hergestellten Produkten bieten. Das garantieren wir mit einem umfassenden Bio-Sortiment von bis zu 3.300 Bio-Artikeln über alle Preissegmente hinweg.

Wir erweitern unser Bio-Sortiment kontinuierlich, sodass Kunden aus zahlreichen Bio-Lebensmitteln wählen können. In jeder Warengruppe bieten wir mindestens eine Bio-Alternative zusätzlich zum konventionellen Produkt an. Um unsere Kunden zum Kauf der ökologischeren Alternative zu inspirieren, platzieren wir die Bio-Variante direkt neben dem herkömmlich hergestellten Pendant.

Ein Beispiel für Produkte mit einer besonderen Qualität im Bio-Sortiment sind die Demeter-Lebensmittel. In der biodynamischen Landwirtschaft wirken Mensch, Pflanzen, Tier und Boden in einem Organismus zusammen. Kaufland führt über 250 Demeter-Produkte im Sortiment.



Rund

250

Demeter-Produkte



Bis zu

3.300

Bio-Artikel

Vegane und vegetarische Alternativen

Immer mehr Menschen entscheiden sich bewusst für eine Ernährung ohne Fleisch oder gänzlich ohne tierische Inhaltsstoffe. Wir wollen, dass sich jeder ernähren kann, wie er möchte und bei Kaufland stets fündig wird. Daher bieten wir in allen Warengruppen über 1.200 vegane Produkte an und bauen unser Angebot sukzessive aus. Mit unserer klimaneutralen* Eigenmarke „K-take it veggie“ bieten wir zum Beispiel zahlreiche hochwertige, leckere und preisgünstige Ersatzprodukte, die oftmals mit dem Bio-Siegel zertifiziert sind.

Die Organisation PETA hat „K-take it veggie“ mit dem „Vegan Food Award 2020“ als „Beste Eigenmarke“ im Lebensmittelhandel ausgezeichnet.

Ob Veganer, Vegetarier, Flexitarier oder für diejenigen, die etwas Neues ausprobieren und genießen wollen - die veganen Ersatzprodukte in unserem Sortiment sind verantwortungsvolle und umweltfreundliche Alternativen.

*Klimaneutral bedeutet: die Emissionen unserer Produkte wurden erfasst und über zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen.



REset Plastic - Unsere Strategie gegen Plastikmüll

Kaufland gehört zur Schwarz Gruppe, die zu den international größten Handelsunternehmen zählt und ihre Verantwortung zur Reduktion von Plastikmüll aktiv wahrnimmt. Mithilfe der umfassenden und internationalen Plastikstrategie „REset Plastic“ verfolgt Kaufland als Teil der Schwarz-Gruppe die Vision „Weniger Plastik – geschlossene Kreisläufe“. Dafür setzen wir bei fünf Handlungsfeldern an:

1. REDuce - Vermeidung

Wir verzichten wo immer möglich und nachhaltig auf Plastik.

2. REdesign - Design

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

3. REcycle - Recycling

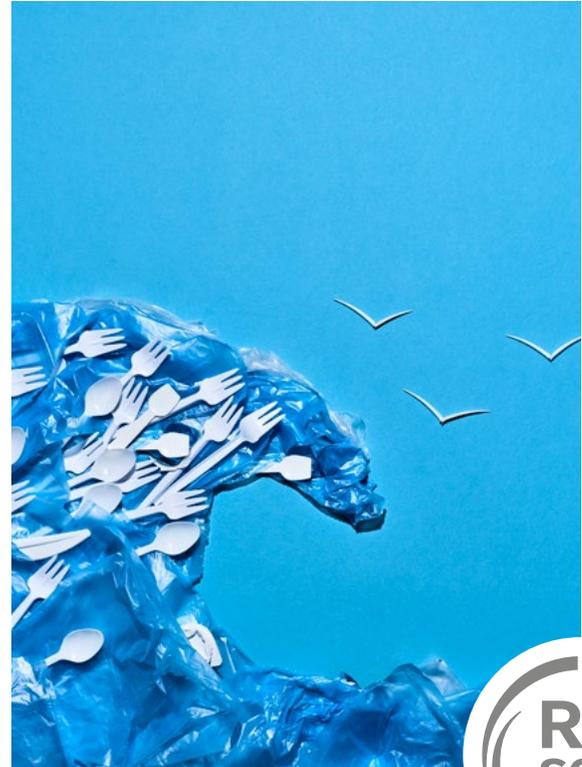
Wir sammeln, sortieren, recyceln und schließen Wertstoffkreisläufe.

4. REMove - Beseitigung

Wir unterstützen bei der Beseitigung von Plastikmüll aus der Umwelt.

5. REsearch - Innovation und Aufklärung

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



Weitere Informationen über unsere Projekte und Maßnahmen unter www.kaufland.de/plastik

Wir reduzieren Plastik und setzen auf Kreisläufe

Unser Plastik-Engagement umfasst sowohl die Reduktion von Plastik in Verpackungen als auch in Produkten. Kleinste Kunststoffpartikel belasten uns und unsere Umwelt, weshalb wir uns für eine Welt ohne Mikroplastik einsetzen. Bereits 2013 haben wir uns dazu verpflichtet, bei den Rezepturen unserer Eigenmarkenprodukte im Bereich Kosmetik, Körperpflege sowie Wasch- und Haushaltsreinigungsmittel komplett auf Mikroplastikteilchen zu verzichten. Diese wurden unter anderem durch natürliche und nachwachsende Rohstoffe ersetzt.

Seit 2020 gehen wir noch weiter: Wir haben unsere Definition von Mikroplastik neben Mikroplastikteilchen um weitere nicht biologisch abbaubare, synthetische Polymere erweitert.

Unser Ziel ist es, bis Ende 2021 bei möglichst vielen Artikeln auch auf diese Stoffe in den Rezepturen der Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie den Kosmetikprodukten unserer Eigenmarken zu verzichten.¹

Alle Eigenmarken-Artikel ohne Mikroplastik werden schrittweise mit dem Logo „Rezeptur ohne Mikroplastik“ gekenn-

zeichnet. Die Rezepturen der bevola Baby Körperpflegeprodukte sind bereits heute alle ohne Mikroplastik.¹

Mit Hilfe unseres „bewusster verpackt“-Logos auf Eigenmarkenverpackungen machen wir unsere Plastikreduktionsmaßnahmen transparent. Unnötiges Verpackungsmaterial wollen wir vermeiden und streben für all unsere Eigenmarken-Verpackungen den Einsatz von umweltschonenden Materialien an. Dafür prüfen wir kontinuierlich die Notwendigkeit von Verpackungsmaterial und erproben den Einsatz von Alternativen.

Neben der Reduktion von Plastik setzen wir uns auch für ein verstärktes Recycling ein. Durch möglichst häufige Wiederverwendung von Kunststoffen unterstützt Kaufland damit einen nachhaltigen Nutzungs- und Entsorgungsprozess: Zum Beispiel setzen wir recyceltes PET-Granulat für die Herstellung neuer PET-Flaschen ein.

Unser Ziel ist es, den Plastikverbrauch bis 2025 um 20 % zu reduzieren und 100 % unserer Eigenmarkenverpackungen maximal recyclingfähig zu machen.



¹ Nicht bezogen auf die Verpackung oder Trägerstoffe (wie z.B. Tücher, Pads).

Nachhaltigere Textilien

Detox - Ökologische Produktionsstandards für Textilien

Greenpeace hat mit einer globalen Detox-Kampagne zum Umdenken in der Modeindustrie aufgefordert. Wir haben uns dieser Kampagne 2015 angeschlossen und setzen uns bei der Herstellung von Bekleidung, Heimtextilien und Schuhen unserer Eigenmarke und Eigenimporte für die Reduzierung umweltschädlicher Chemikalien und die Verbesserung von Qualität und Sicherheit unserer Produkte ein.

Detox-Verpflichtung

Unser Ziel ist es, über das Ende der Kampagne 2020 hinaus bei der Produktion von Textilien unserer Eigenmarken und -importe auf den Einsatz umweltschädlicher Chemikalien zu verzichten. Dafür werden die Kaufland-Qualitätsanforderungen angepasst, unsere Umweltstandards in der Lieferkette erweitert und Mitarbeiter und Lieferanten geschult. Gemeinsam reduzieren wir so den Einsatz kritischer Chemikalien beim Herstellungsprozess und damit die Belastung für Mensch, Tier und Natur. Zu den Zielsetzungen gehört es auch, das Sortiment unserer Bekleidung, Textilien und Schuhe nachhaltiger zu gestalten. Hierzu greifen wir unter anderem auf den Einsatz von Rezyklat für Kunstfasern zurück, was durch unsere Zertifizierung nach dem Global Recycled Standard (GRS) transparent und rückverfolgbar ist. Mehr Informationen zur Detox-Kampagne finden Sie in unserem „[Detox Commitment](#)“ oder unserer „[Manufacturing Restricted Substances List](#)“.

Fairness und Bio bei Textilien

Unsere soziale und ökologische Verantwortung endet nicht bei unseren Lieferanten. 2019 haben wir uns als eines der ersten Unternehmen nach den Anforderungen des „Grünen Knopf“ zertifizieren lassen. Dazu erfüllen wir 46 anspruchsvolle Sozial- und Umweltstandards. Zudem sind wir seit 2018 nach GOTS zertifiziert. Das GOTS-Siegel (Global Organic Textile Standard) gewährleistet die ökologisch-sozial verantwortliche Herstellung von Textilien und schafft Transparenz sowie hohe Qualitätssicherheit für unsere Kunden. Das GOTS-Re-Audit im September 2020 haben wir erneut bestanden. Im selben Monat wurden zudem unsere Bio-Baumwollprodukte nach dem Organic Content Standard (OCS) zertifiziert, sodass unser gesamtes Baumwollsortiment bei Bekleidung seither aus biologischem Anbau stammt.



Bewusster genießen

Unsere Kunden wollen wir bei einer gesunden und abwechslungsreichen Ernährung unterstützen und unser Sortiment verantwortungsvoll gestalten. Deshalb haben wir uns im Rahmen unserer „Weniger“-Strategie zum Ziel gesetzt, den Anteil von Zucker, Salz und Fett in unseren Eigenmarkenprodukten zu reduzieren – ohne dafür auf Ersatzstoffe zurückzugreifen. Daran arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten, um Schritt für Schritt gesündere Alternativen anzubieten. Wir wollen Zucker, Salz und Fett um durchschnittlich 20 % bei mehr als 300 Eigenmarkenartikeln reduzieren.

Hier kommen wir gut voran: Wir konnten bereits den Zucker-, Salz- und Fettgehalt in ausgewählten Eigenmarkenartikeln reduzieren und arbeiten kontinuierlich weiter an der Optimierung.

NÄHRWERTE

vergleichen.

Am Nutri-Score erkennen Sie schnell und einfach die Nährwertzusammensetzung aller Artikel unserer Eigenmarken K-Bio und K-take it veggie.
[kaufland.de/nutriscore](https://www.kaufland.de/nutriscore)



Machen macht den Unterschied.

Kaufland



Mit weniger noch mehr schmecken

Wir wollen zeigen – auch mit weniger Zucker, Salz und Fett schmecken unsere Eigenmarkenprodukte gleich gut und sind gesündere Alternativen. Bei der Optimierung halten wir uns dafür an folgende Prämissen:

- **reine Reduktion**
- **gleichbleibend guter Geschmack**
- **Verzicht auf Ersatzstoffe und zugleich positive Beeinflussung der Ernährung**

Nutriscore: Nährwerte auf einen Blick

Um unseren Kunden die Auswahl gesünderer Lebensmittel zu erleichtern, ist auf unseren Produkten der Eigenmarken „K-Bio“ und „K-take it veggie“ die freiwillige Nährwertkennzeichnung „Nutri-Score“ abgebildet und wird sukzessive auch auf unseren Marken „K-Classic“, „K-free“, „K-to go“, „K-Favourites“ und „K-Wertschätze“ zu sehen sein. Die Kennzeichnung ermöglicht es, die Nährwertzusammensetzung auf einen Blick zu beurteilen, ist wissenschaftlich fundiert und leicht verständlich.

Bis 2023 verfolgen wir das Ziel, sämtliche Eigenmarken-Produkte, die für diese Auslobung berechtigt sind, mit dem Nutri-Score zu kennzeichnen.

Mehr Transparenz beim Fleischeinkauf

Unser Ziel ist eine verantwortungsvollere Produktion von Erzeugnissen tierischen Ursprungs. Insbesondere gilt es, tierquälerische Haltungsbedingungen auszuschließen, Tierwohlstandards in der intensiven Nutztierhaltung flächendeckend zu verbessern sowie unser Sortiment um entsprechende Produkte zu ergänzen.

Um die Transparenz bei Lebensmitteln tierischen Ursprungs zu verbessern, haben wir gemeinsam mit anderen Handelspartnern die Haltungs-kennzeichnung „Haltungsform“ eingeführt. Das 4-Stufen-System gibt Aufschluss darüber, unter welchen Bedingungen das jeweilige Tier gehalten wurde und ist aktuell auf über 250 unserer Produkte abgebildet.

Haltungsform Stufe 3 für unsere Eigenmarken

Als einziger Händler bieten wir bundesweit Schweinefleisch und Wurstwaren aus Haltungsform 3 aus unserem eigenen Vertragslandwirte-Programm an. Ausgewählte Geflügelprodukte erhalten Sie ebenfalls bundesweit bei Kaufland aus Haltungsform 3. Achten Sie auf die Marke "K-Wertschätze."

Es ist unser Ziel, bis 2023 die Kooperationen mit den Kaufland-Vertragslandwirten für Schweinefleisch sowie das Angebot an Frischgeflügel-fleisch aus Haltungsform Stufe 3 und 4 zu verdoppeln.

Bis 2026 werden 20% unserer Geflügelprodukte aus Haltungsform Stufe 3 oder 4 sein.

Die vier Haltungsstufen:

1. Stufe

Stallhaltung:

Entspricht den gesetzlichen Bestimmungen.

2. Stufe

Stallhaltung Plus:

Gewährt Tieren mehr Platz als Stufe 1 sowie Beschäftigungsmaterial; das gekennzeichnete Fleisch stammt nachweislich aus Betrieben, die diese Zusatzkriterien erfüllen.

3. Stufe

Außenklima:

Gewährt Tieren zusätzlich mehr Platz als Stufe 2, Tiere werden gentechnikfrei gefüttert und haben Zugang zu Außenklimabereichen.

4. Stufe

Premium:

Entspricht den gesetzlichen Bestimmungen für Bio-Fleisch nach EU-Öko-Verordnung.



Auf dem Weg zu verbessertem Tierschutz

Ausschluss von Tierquälerei

Tierquälereiische Haltungsbedingungen wollen wir konsequent ausschließen. So führen wir beispielsweise keine Artikel mit Pelzbesatz, verzichten auf Stopfmast und Lebendrupf bei Geflügel, engagieren uns gegen die Tötung männlicher Küken oder verkaufen ausschließlich Kaninchenfleisch aus Bodenhaltung.

Darüber hinaus ist Kaufland Gründungsmitglied der Initiative Tierwohl: Erstmals in Deutschland setzen sich Unternehmen und Verbände aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel gemeinsam für eine tiergerechtere Fleischerzeugung ein. Ebenso stehen wir im Austausch mit Tierschutzorganisationen zur Verbesserung der Haltungsbedingungen bei Nutztieren.

Schutz der Meere - Für mehr Leben im Meer

Unsere Weltmeere sind durch Umweltverschmutzung und Fischerei gefährdet. Um den Lebensraum Meer zu erhalten, setzen wir uns für saubere Meere, bestandssichernde und umweltschonende Fischerei und ökologische Aquakulturen ein. Wir wählen unsere Produkte mit Bedacht aus, fördern strenge Zertifizierungsrichtlinien und achten auf Transparenz. Unser Ziel ist es, unser Eigenmarkensortiment im Bereich Fisch vollständig ASC-, MSC- oder GGN-zertifiziert zu gestalten.



The background of the page is a photograph of an orchard. In the foreground, there are several bright orange fruits hanging from green leaves. In the background, a person wearing a blue hat and a light-colored shirt is visible, working in the orchard. The ground is covered with dark mulch and some fallen fruit.

UNSERE LIEFERKETTEN - MACHEN AUF DEM WEG INS REGAL

Wir engagieren uns für faire Geschäftspraktiken, Transparenz, gute Arbeits- und Lebensbedingungen, Menschenrechte sowie umweltschonendes Verhalten in unserer Wertschöpfungskette. Wir arbeiten weltweit mit vielen Lieferanten zusammen und sind bestrebt, gemeinsam mit strategischen Partnern verantwortungsvolle und umweltschonende Standards voranzubringen.

Achtung der Menschenrechte und Schutz der Natur

Als internationales Handelsunternehmen setzen wir nicht nur innerhalb von Kaufland auf gerechte Arbeitsbedingungen und die Einhaltung von Sozialstandards, sondern entlang der gesamten Lieferkette.

Unsere Prinzipien

Das heißt, wir verbieten unseren Lieferanten, sich an Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder jeglicher anderer Form der Ausbeutung zu beteiligen. Seit dem Jahr 2011 ist jeder unserer Geschäftspartner verpflichtet, unseren Code of Conduct einzuhalten, der auf internationalen Standards für Arbeits- und Menschenrechte beruht.

Wir engagieren uns insbesondere für faire Geschäftspraktiken sowie gute Arbeitsbedingungen und haben als Teil der Schwarz Gruppe eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte verfasst. Sie ergänzt bestehende Unternehmensgrundsätze sowie Richtlinien und betrifft die Auswirkungen unserer Tätigkeiten an allen Standorten und von allen Geschäftsbereichen weltweit. Ebenso arbeiten wir an der Umset-

zung des Nationalen Aktionsplans für Menschenrechte (NAP) der Bundesregierung, der Unternehmen bei der Verbesserung der Menschenrechtssituation entlang ihrer Lieferketten unterstützt.

Unser Risikomanagement-Ansatz

Um wirksam gegen die Verletzung von Menschenrechten entlang unserer Lieferkette vorzugehen, bewerten wir mittels einer Risikoanalyse kontinuierlich potenzielle und reale Risiken. Je nach Einstufung des Risikos definieren wir wirksame Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung für nachhaltige Lieferketten. Über unser Online Beschwerdesystem BKMS können Betroffene und Beobachter zudem jederzeit Menschenrechtsverletzungen vertraulich an Kaufland melden. Das Online-System gibt es in mehr als 25 Sprachen, Meldungen werden per E-Mail, Telefon oder über die Website entgegengenommen.



Orangensaft – Ein Beispiel aus der Lieferkette

Der in Deutschland sehr beliebte Orangensaft stammt zum Großteil aus Brasilien. Dort wird er unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen produziert. Deshalb ist Kaufland Teil der „Partnerschaft für Nachhaltigen Orangensaft“ (PANA) um Lebens- und Arbeitsbedingungen der Erzeuger zu verbessern.



UNSERE MITARBEITER – MACHEN ALS TEAM

Zufriedene Mitarbeiter machen unseren Erfolg aus, ihre Kompetenz und Motivation sind unser höchstes Gut. Eine gesunde Balance zwischen Beruf und Freizeit, flexible Arbeitszeitmodelle sowie Gemeinschaftsgefühl im Team sind uns als verantwortungsvoller Arbeitgeber besonders wichtig.

Gute Arbeitsbedingungen für zufriedene Mitarbeiter

Als Unternehmen tragen wir Verantwortung für unsere Mitarbeiter: Gesundheit, Motivation, Weiterbildung und ein gutes Gemeinschaftsgefühl sind für uns zentral. Dafür wurden wir im Jahr 2021 in allen acht Ländern mit Kaufland-Vertretungen vom unabhängigen „Top Employers Institute“ als Top Arbeitgeber ausgezeichnet. Kaufland Deutschland erhielt die Auszeichnung bereits zum dritten Mal in Folge.



Die Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns am Herzen und wird von uns aktiv unterstützt. Wer auf sich und seine Gesundheit achtet, fühlt sich wohl und bringt das Unternehmen langfristig mit Ideen und Leidenschaft voran. Wir legen Wert auf einen gesunden und fördernden Arbeitsstil und bieten Mitarbeitern Gesundheitstage an. Ebenso fördern wir Bewegung durch firmeneigene Sportangebote und informieren zu gesunder Ernährung. So möchten wir uns fit und leistungsfähig halten – einzeln und im Team.

Eine gesunde Balance zwischen Beruf, Familie und Freizeit ist uns wichtig. Denn nur dann können unsere Mitarbeiter ihr volles Potenzial entfalten und sich mit Engagement bei uns einbringen. Flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten und das Angebot eines Sabbaticals ermöglichen unseren Mitarbeitern eine verbesserte Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Mit unseren Angeboten für Eltern an unseren größeren Standorten bieten wir mehr Planbarkeit und Flexibilität bei Betreuungsgängnissen. Auch beim Thema Pflege unterstützen wir durch eine kostenlose Pflegeberatung.

Wir kommunizieren über alle Hierarchien hinweg wertschätzend und auf Augenhöhe. Außerdem fördert unsere Duz-Kultur das kollegiale Miteinander und die fachbereichsübergreifende Zusammenarbeit. Allen Mitarbeitern stehen neutrale Ansprechpartner, wie zum Beispiel unsere Vertrauenspersonen bei persönlichen Anliegen oder bei Fragen rund um die Zusammenarbeit zur Seite.

UNSERE FILIALEN – MACHEN FÜR DIE UMWELT

Wir wollen vor Ort in unseren Filialen einen Unterschied machen: Wir schützen das Klima und schonen Ressourcen durch effiziente Logistik, energiesparende Filialkonzepte, klimaverträgliche Dienstleistungen und Produkte, sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln und Wertstoffen.

Unsere Klimaschutz-Maßnahmen



-28%

Treibhausgase innerhalb der ersten fünf Jahre bei Lean & Green



-32%

CO₂eq durch den Einsatz von Gigaliner mit Erdgas

Wir sprechen nicht nur über Klimaschutz, sondern leisten mit konkreten Maßnahmen in allen Bereichen unseres Unternehmens einen relevanten Beitrag. Unsere Aktivitäten reichen vom Einsatz energieeffizienter Technik und der umweltbewussten Planung von Neubauten, über klimafreundliche Logistikprozesse bis hin zur Abfallvermeidung.

Konkrete Klimaziele

Die Schwarz Gruppe, zu der auch wir gehören, engagiert sich bereits seit Jahren mit vielfältigen Maßnahmen für mehr Klimaschutz. Wir gehen nun einen entscheidenden Schritt weiter und setzen uns ambitionierte, wissenschaftliche Klimaziele basierend auf den Vorgaben der „Science Based Targets“ Initiative. Damit wollen wir zum Ziel des Pariser Klimaabkommens beitragen, die Erderwärmung auf deutlich unter 2° zu begrenzen.

Grüne Logistik

Wir setzen bei verschiedenen Aspekten in unserer Logistik an, um diese klimaverträglicher zu gestalten und sind seit 2013 Mitglied der Initiative „Lean and Green“.

Die Initiative verfolgt das Ziel, die Treibhausgas-Emissionen in den Logistikprozessen der teilnehmenden Unternehmen innerhalb von fünf Jahren um 20 % zu reduzieren: Das haben wir bei Kaufland mit 28 % Reduktion innerhalb der ersten fünf Jahre ab dem Basisjahr erfüllt. Durch kontinuierliche Optimierung konnten wir die Quote bis zum Jahr 2019 auf 32 % Reduktion steigern. Unsere Logistik wurde deshalb im Jahr 2016 mit der Umweltauszeichnung „Lean and Green First Star“ ausgezeichnet und erhielt 2019 den „Lean and Green Second Star“.

Geschafft haben wir das mit maximaler Ladeeffizienz beim Transport durch optimierte Fahrtwege, eine bessere Auslastung der Transportfahrzeuge sowie der Verkürzung von Wegen durch die Inbetriebnahme eines neuen Verteilungszentrums. Seit dem Jahr 2019 erproben wir den Einsatz sogenannter Gigaliner. Dank der größeren Verladungsfläche ist eine Einsparung von 22 % der CO₂eq pro Gesamtmenge möglich. Durch den Erdgas-Antrieb dieser Fahrzeuge lässt sich der CO₂eq-Ausstoß um weitere 10 % reduzieren.

Klimaschutz in unseren Filialen

Wertstoffe und Recycling

Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter innerhalb des Projekts „Wertstoffe wertschätzen“ über den Wert unserer Ressourcen. Seit 2017 haben wir in unseren Verteilzentren spezifische Vorgaben definiert, um eine bestmögliche Abfalltrennung zu gewährleisten. 2019 haben wir das Projekt „Recycling macht den Unterschied – Wertstoffe wertschätzen“ erweitert und klären unsere Marktmitarbeiter in den Filialen über den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen auf.

Ökostromtankstellen

An über 188 Kaufland-Standorten bieten wir unseren Kunden und Mitarbeitern die Möglichkeit, ihr Elektroauto während des Einkaufs oder der Arbeit ganz bequem mit Ökostrom zu laden: Alle Stationen werden mit Strom aus 100 % erneuerbaren Energiequellen betrieben.

188

Standorte mit
Elektrotankstellen

Bauliche Maßnahmen

Für neue Märkte und Marktmodernisierungen nutzen wir energieeffiziente Technik: Die Beheizung erfolgt über einen sogenannten Kälte-Klima-Verbund. Dadurch schonen wir natürliche Ressourcen, denn statt mit Brennstoffen wie Öl, Gas und Holz heizen wir fast vollständig mit der Abwärme aus den Kühlregalen. In unseren Filialen in Deutschland haben wir bereits Photovoltaik-Anlagen, stellen auf LED-Beleuchtung und auf natürliche Kältemittel bei allen Neubauten und Marktmodernisierungen um.

Klimaneutrale Mehrwegtragetasche

Ein weiterer Artikel auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Sortiment ist die klimaneutrale Kaufland-Mehrwegtragetasche: Sie ist langlebig und zu 100 % recyclebar; besteht zu 80 % aus Altfolien aus unseren Filialen und wird in Deutschland produziert. Der CO₂-Ausstoß durch die Produktion wird durch Förderung eines Klimaprojektes kompensiert.



Lebensmittelabfälle reduzieren

Allein in Deutschland werden pro Jahr über zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel achtlos weggeworfen. Aber: In den meisten Fällen wären diese Lebensmittel noch genießbar. Deshalb setzen wir uns aktiv für die Rettung von Lebensmitteln ein und haben eine Vereinbarung unterzeichnet – das „Retail Agreement of Waste“. Ebenso ist Kaufland Mitglied im „Dialogforum Groß- und Einzelhandel zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung“, um gemeinsam mit den führenden deutschen Lebensmittelhändlern Verschwendung wirksam vorzubeugen.

Bis Ende 2030 werden wir unsere Lebensmittelabfälle auf Gruppenebene um 50 % reduzieren.

Reduzierung

Sobald sich Lebensmittel ihrem Mindesthaltbarkeitsdatum nähern, reduzieren wir sie im Preis. Sie werden in unseren Märkten dann gut sichtbar gekennzeichnet und platziert. Für unser Obst und Gemüse führen wir Tagespreislisten. So können wir die Preise je nach Tageszeit anpassen und reduzieren.

GENUSS

gehört nicht in die Tonne.

Durch systematische Preissenkungen bei schnell verderblichem Obst und Gemüse kurz vor Ladenschluss setzen wir uns für die Rettung von Lebensmitteln ein.

kaufland.de/lebensmittelverschwendung

VORSICHT GUT!

GENIESSEN. NICHT WEGWERFEN!

Machen macht den Unterschied.

Vermeidung

Dank ausgereiften Warenwirtschaftssystemen und automatisierten Bestellprozessen, sind wir in der Lage, Mengen bedarfsgerecht zu bestellen und Überschüssen vorzubeugen. Mit unserem Abschriftensystem bei abgelaufenen oder beschädigten Produkten, können wir Lebensmittelabfälle und Lebensmittelspenden besser messen bzw. koordinieren.

Nutzung und Verwertung

Wir kooperieren mit dem Bundesverband Deutsche Tafeln e.V. und der Initiative „Foodsharing“ um noch genießbare Lebensmittel zu spenden oder abzugeben, statt diese wegzuerwerfen. Seit 2019 haben wir außerdem Obst und Gemüse mit Schönheitsfehlern unter dem Namen „Die Etwas Anderen“ dauerhaft im Sortiment.

Aufklärung

Wir veröffentlichen in unserem Prospekt und Online-Magazin regelmäßig Verbrauchertipps, mit denen unsere Kunden dazu beitragen können, Lebensmittel zu retten, statt sie zu entsorgen. Außerdem nehmen wir an der MHD-Kampagne der Organisation „Too good to go“ teil, um auf Produkten über das Mindesthaltbarkeitsdatum aufzuklären. Im Rahmen regelmäßiger Pflichtschulungen bekommen auch unsere Mitarbeiter das nötige Know-how, wie sie durch die Einhaltung unserer Frische- und Hygienestandards Lebensmittelverluste eindämmen können.

UNSERE GESELLSCHAFT – MACHEN FÜR ALLE

Wir wollen unseren Teil zu einer lebenswerten und offenen Gesellschaft beitragen. Als Lebensmitteleinzelhändler engagieren wir uns hierbei in Projekten im Bereich Ernährung und Bildung sowie durch Geld-, Sach- und Lebensmittelspenden an bedürftige Menschen.

Machen Macht Schule

200 | **30.000**

Aktionstage pro Jahr | erreichte Kinder pro Jahr

Initiative „DEUTSCHLAND RUNDET AUF“

2,6 Mio.€

gesammelt seit 2012

Beim Einkaufen Gutes tun

Kaufland will sich über das Tagesgeschäft hinaus aktiv in gesellschaftliche Themen einbringen. Als Lebensmittel-einzelhändler spenden wir zum Beispiel Lebensmittel oder engagieren uns für Ernährungsbildung. Unseren Kunden wollen wir das Helfen so einfach wie möglich machen und haben diverse Teilnahme-Aktionen in unseren Filialen organisiert.

Tafeln

Wir unterstützen die örtlichen Tafeln regelmäßig durch Lebensmittelabgaben unserer Filialen und Spenden. Unsere Weihnachtsspende an den Dachverband der deutschen Tafeln im Dezember 2020 betrug insgesamt 250.000 EUR. Mit Aktionen wie „Kauf eins mehr“ können unsere Kunden zugunsten der Tafeln einkaufen und ganz einfach etwas Gutes tun.

Pfandbonspende

Schon Kleinbeträge können der eigenen Region helfen. Deshalb geben wir unseren Kunden die Möglichkeit ihren Pfandbon für Projekte, Hilfsorganisationen oder Vereine in Ihrer Region zu spenden. Dazu haben wir unsere Pfandspendenboxen ins Leben gerufen, die in unmittelbarer Nähe zu den Leergutautomaten in unseren Filialen aufgestellt sind.



Mit unserem Programm „Machen macht Schule“ wollen wir Kinder bereits in jungen Jahren mit Zukunftsthemen in Berührung bringen. Und dies auf eine spannende Art und Weise – denn wir machen die Themen Umwelt, Natur und Ernährung mit Aktionstagen in der Praxis erlebbar.

„Aufrunden bitte!“ für DEUTSCHLAND RUNDET AUF

Mit nur zwei Worten können unsere Kunden Kindern und Jugendlichen helfen: Als Partner von DEUTSCHLAND RUNDET AUF unterstützen wir soziale Projekte für benachteiligte Kinder und Jugendliche in Deutschland. Der Einkaufsbetrag kann beim Bezahlen einfach auf den nächsthöheren 10-Cent-Betrag aufgerundet werden. Unsere Kunden haben so schon 2,6 Millionen EUR an unseren Kassen gespendet!



Mit den Aktionstagen machen wir Zukunftsthemen für Kinder und Jugendliche greifbar.



Herausgeber

Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG
Heiner-Fleischmann-Straße 2
74172 Neckarsulm
www.kaufland.de

Verantwortlich

Abteilung Nachhaltigkeit | CR
Erscheinungsdatum: September 2021
csr@kaufland.de
Mehr unter kaufland.de/machen



klimaneutral
gedruckt

www.klima-druck.de
ID-Nr. 1979109

bvdm.