



„Kaufland България“ принадлежи към голямото семейство на водещата германска търговска компания. Веригата е част от групата Schwarz, чиято история датира от далечната 1930 година. Днес Kaufland се нарежда сред водещите ритейл компании в Европа и има близо 1300 хипермаркета и около 132 000 служители в осем европейски държави, като се подготвя за навлизане и на пазара в Австралия. Независимо дали в България, Германия, Полша, Чехия, Румъния, Словакия, Хърватия или Молдова, навсякъде Kaufland означава високо качество, богат избор, ниски цени и лесно пазаруване.

**Пазар**

В България Kaufland е номер 1 в сектора на модерната търговия с годишен оборот от близо 1,6 млрд. лева. С екип от над 6000 служители компанията ежедневно работи за удовлетвореността на клиентите, като им предлага огромно разнообразие от качествени и свежи продукти на изгодни цени, както и удобно и лесно пазаруване. През 2019 г. „Kaufland България“ има верига от 59 хипермаркета в 34 града. Всеки от тях е със средна търговска площ от 3200 кв. м, като в най-големите от тях асортиментът надхвърля 20 000 артикула. Присъствието на хипермаркетите в различни градове позволява на потребителите да се възползват от добре селектиран микс от продукти и изключително богат избор за техните разнообразни нужди – от хранителни продукти и такива от ежедневна необходимост до нехранителни стоки и електроника.

**Постижения на марката**

От отварянето на своя първи хипермаркет през 2006 г. до днес „Kaufland България“ се превърна в доверен помощник на българското семейство, в предпочитан партньор за българския производител и в значим фактор за стимулирането на националната и регионалната икономика и инфраструктурата по места с инвестиции от над 1,4 млрд. лева.

**Продуктът**

„Kaufland България“ предлага разнообразие от над 20 000 продукта с гарантирано качество. Компанията обръща особено внимание на устойчивото формиране на асортимента, като строго следи за условията на производство и тържи на справедливата търговия, органичното и регионалното земеделие.

Kaufland развива и активно награжда богатото си портфолио от собствени марки. Към момента търговската верига предлага над 2400 продукти под собствена марка. От тях над 1200 са хранителни, произвеждани както от реномирани международни доставчици, така и от общо 12 български производителя. Останалите над 1200 продукта са сезонни нехранителни стоки като текстил, грижа за дома и градината и детски играчки. Качеството им се гарантира от строгите производствени критерии, регулярните проверки в над 10 сертифицирани международни лаборатории в Европа и набор от международно признати сертификати.

Като отговорен бизнес с грижа за природата Kaufland е поела ангажмента да намали пластмасата с най-малко 20% до 2025 г. и да подсури на 100% рециклируемостта на пластмасовите опаковки на собствените марки продукти.

Като доверен, дългогодишен и устойчив партньор на българските производители



търговската верига предлага над 3700 български продукта в постоянния си асортимент в страната, като в по-големите хипермаркети на търговската верига броят им достига близо 5000. Българските производители растат с „Kaufland България“. Компанията инвестира над 250 000 лева в сертифицирането на над 20 земеделски производителя по световния стандарт Global G.A.P.

**Съвременно развитие**

Успешното развитие на компанията се дължи на нейния сплотен и отлично обучен екип, който с постоянство работи за това Kaufland да провежда последователна политика с изключителен фокус върху на асортимента и обслужването, на цялостното клиентско

Знаете ли, че...

- Логистичният център на компанията в с. Стряма е отворен още преди нейния първи хипермаркет в България.
- Родният град на Kaufland у нас е Пловдив, където през 2006 г. открива първия обект на веригата.
- В България Kaufland има свой IT Hub, който от София разработва и доставя технологични решения за цялата група Schwarz.



изживяване, при взаимоотношенията с партньори и в своите бизнес практики, като добавена стойност за обществото.

Компанията не спира да се развива и да създава все по-модерни магазини, които изгражда според най-новите екологични стандарти, като в същото време модернизира съществуващите си обекти, разработва и тества различни концепции както по отношение на асортимента, така и по отношение на излагането на продуктите. Всичко това се случва след проучвания на последните тенденции в потребителските нагласи.

От 2017 г. „Kaufland България“ е в етап на активна модернизация на обектите си с акцент върху функционалния и модерен интериор, с повече цвят и емоция, който едновременно позволява по-лесна, бърза и интуитивна ориентация сред огромното разнообразие от качествени и свежи продукти. През 2019 г. компанията отвори първия си хипермаркет във Велико Търново. Това е 59-ият обект на веригата у нас, който е и най-модерният до момента. Инвестицията достигна 25 милиона лева и създаде над 100 работни места в града. Също през тази година Kaufland разшири своя логистичен център в с. Стряма – един от най-големите на Балканския полуостров, за което инвестира над 64 милиона лева. В началото на 2020 г. предстои във Варна да заработи петият хипермаркет на компанията, която продължава успешната си експанзия в синхрон с динамичните потребности на клиентите.

### Промоция

Kaufland поставя потребителя на първо място и всеки ден се стреми да осигурява по-добро пазаруване. Като модерна марка това задължава компанията да отговаря на все по-взискателните изисквания на клиентите, като непрекъснато развива и надгражда комуникацията и каналите, по които общува.

За компанията добрият начин на живот е неразривно свързан с добра храна. Kaufland разбира нейното значение за семейството и вярва, че по-доброто пазаруване води до по-добър живот. В отговор на динамичното ежедневие търговската верига ежедневно предлага изгодни цени на своите клиенти.

Kaufland България е изградила мрежа от собствени канали за комуникация, чрез които потребителите намират полезна информация както за новостите във веригата, така и за



Знаете ли, че...

- Със своите над 6000 служители компанията е един от най-големите работодатели в страната.
- „Kaufland България“ е един от най-големите данъкоплатци в България.
- През 2019 г. за 10-а поредна година Kaufland е лидер по оборот в ритейл сектора в България.

нейните ценности, собствени марки и идеи за своя начин на живот.

С основната цел да направи пазаруването още по-добро и лесно за клиентите компанията активно модернизира и своята мрежа от хипермаркети. В тях има разработена навигационна система, за да бъдат максимално улеснени клиентите в намиране на предложенията от разнообразния асортимент.

### Ценности на марката

Мисията на Kaufland е да повишава качеството на живот в България. С увереността, че „Който не става по-добър, престава да бъде добър“, компанията всеки ден работи за това да отстоява ценностите на своята марка и да спазва нейното обещание: „По-добро пазаруване – по-добър живот“.

За да изпълнява това обещание, „Kaufland България“:

- прави бизнеса си съвестно и отговорно с уважение към клиентите и служителите си, към обществото и околната среда;
- всекидневно доказва, че е прозрачен и предпочитан партньор за българските институции, родните производители и своите доставчици;
- във всеки български град предлага на своите клиенти първокласно качество и свежест, огромно разнообразие, атрактивни цени и улеснение при пазаруване;
- инвестира в професионалното развитие на своите служители и се грижи за тях;
- развива своята политика за устойчиво развитие и затвърждава ролята си на отговорен лидер в динамичния сектор на модерната търговия, като декларира готовност да интегрира конкретни действия в работните процеси и извън своята търговска дейност да поема отговорност към обществото и околната среда.

### История

**1984** | Открит е първият хипермаркет с името Kaufland в Некарсулм, Германия.

**1990** | Разрастване в източната част на Германия. Поради бързото увеличаване на броя им първите магазини са в палатки.

**1998** | Начало на международното разрастване. Kaufland отваря врати за първи път в Чехия.

**2000** | Откриване на първия Kaufland в Словакия.

**2001** | За първи път се отваря Kaufland в Хърватия, а след това и в Полша.

**2005** | Откриване на първия Kaufland в Румъния.

**2006** | Първият Kaufland в България отваря врати.

**2010** | Kaufland представя на българския пазар своята собствена марка K-Classic, която предлага безупречно съотношение между високо качество и изгодна цена.

**2011** | Kaufland празнува пет години на българския пазар и отваря своя хиляден хипермаркет в Европа – в Берлин.

**2015** | В Сливен отваря врати 50-ият юбилеен за страната и втори за града хипермаркет Kaufland.

**2016** | Начало на дейността на Kaufland Service IT Hub – технологична компания, част от Schwarz IT, която създава решения и процеси за Schwarz Group в световен мащаб.

• Kaufland отпразнува 10 години от откриването на първия хипермаркет от веригата в България.

**2017** | „Kaufland България“ навлиза в активна фаза на модернизация. Компанията поетапно започва обновлението на първите изградени обекти у нас.

• „Kaufland България“ открива два нови хипермаркета – 11-ия си обект в София и 4-ия във Варна.

**2018** | С повече от 1270 хипермаркета в 7 европейски страни, годишен оборот от 21,6 млрд. евро и екип от близо 150 000 души Kaufland отбелязва 50 години в Европа с мащабна кампания във всички страни, в които марката присъства.

**2019** | „Kaufland България“ открива първия си хипермаркет във Велико Търново с инвестиция от близо 25 милиона лева и асортимент от над 17 000 продукта.

• „Kaufland България“ открива втората си логистична база в Индустриална зона Раковски, с. Стряма. От отварянето ѝ през 2005 г. до момента инвестициите на компанията в нейната логистична база надхвърлят 233 милиона лева.

