

Netto Marken-Discount setzt auf Abbiegeassistenten für LKW

- **Investition in Sicherheit: Ausrüstung einer der größten LKW-Flotten Deutschlands**
- **Status: Bereits seit 2017 alle 150 neu angeschafften LKW ausgestattet**
- **Zielsetzung: Komplettausrüstung des Eigenfuhrparks bis 2019**

Maxhütte-Haidhof im Juni 2018: Netto Marken-Discount hat sich im Rahmen seines gesellschaftlichen Engagements dazu entschlossen, bis spätestens 2019 alle LKW seines Eigenfuhrparks mit einem Abbiegeassistenten auszustatten. Bereits seit 2017 wurden alle LKW-Neuanschaffungen mit diesem wichtigen Sicherheitssystem ausgerüstet. Der Lebensmittelhändler investiert mit der Umrüstung seiner LKW-Flotte – mit rund 500 LKW einem der größten LKW-Fuhrparks Deutschlands – nachhaltig in die Verkehrssicherheit. Ziel ist die Vorbeugung von Unfällen aufgrund des „toten Winkels“.

„Wir wollen mit diesem wichtigen Schritt mit gutem Beispiel in der Verkehrssicherheit vorangehen und hoffen, dass uns viele andere Marktteilnehmer folgen werden“, so Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount. Mit der internen Selbstverpflichtung für seinen Eigenfuhrpark übernimmt der Lebensmittelhändler gesellschaftliche Verantwortung.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, rund 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen Deutschland-Card profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm.

Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:
Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou / Stefanie Adler
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de