
**Größter Nachwuchswettbewerb „Grips&Co“ des deutschen Lebensmittelhandels
Dennis Spamer aus Frankfurt am Main sichert sich im Finale den 3.
Platz**

- **Zwei Netto-Nachwuchstalente stellen im bundesweiten „Grips&Co“-Finale ihr Wissen unter Beweis**
- **Netto bietet zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten mit sehr guten Karrierechancen**

Maxhütte-Haidhof, im September 2022 – Um den begehrten Titel „Deutschlands beste Nachwuchskraft im Handel“ kämpften auch in diesem Jahr 20.000 junge Talente aus verschiedenen Unternehmen der Handelsbranche. 15 Finalistinnen und Finalisten traten am 30. September im E-Werk in Köln in einem spannenden Finale von „Grips&Co“, dem größten Nachwuchswettbewerb des deutschen Lebensmittelhandels, gegeneinander an. Auch zwei starke Netto-Nachwuchskräfte stellten im Finale ihr Können in den Bereichen Wissen, Schnelligkeit und Geschick unter Beweis. Einer von ihnen ist Dennis Spamer, der in diesem Jahr seine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel bei Netto in Frankfurt am Main erfolgreich absolvierte. Der 24-Jährige überzeugte die Jury mit seinen Top-Fähigkeiten und sicherte sich damit den 3. Platz. Zusätzlich punktete das Netto-Talent Moritz Schürmann mit sehr guten Leistungen, der dafür mit dem 15. Platz ausgezeichnet wurde. Neben Dennis Spamer und Moritz Schürmann nahmen auch die Netto-Nachwuchskräfte Sascha Erich Martin sowie Christian Uhlenhut, beide ausgebildete Verkäufer, am „Grips&Co-Halbfinale“ teil.

Das Fachmagazin „RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel“ veranstaltet den jährlichen „Grips&Co“-Nachwuchswettbewerb seit 1981. Die mittlerweile 41. Ausgabe stand erneut unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Bereits im Mai 2022 erfolgte in einem internen Wettbewerb die Qualifikation der vier Netto-Nachwuchskräfte für das „Grips&Co“-Halbfinale, das mit 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern am 29. September direkt vor dem Finaltag stattfand. Bei der Vorbereitung wurden die Netto-Nachwuchskräfte tatkräftig unterstützt: Im Vorfeld bestritten sie ein spezielles und von Netto organisiertes Bootcamp, bei dem sie gezielt auf die Aufgaben beim Nachwuchswettbewerb vorbereitet wurden.

„Unsere Netto-Nachwuchskräfte konnten im Finale von ‚Grips&Co‘ mit überragendem Fachwissen überzeugen. Wir gratulieren ihnen ganz herzlich zu ihren hervorragenden Leistungen. Die Platzierungen unterstreichen unsere intensive Nachwuchsförderung und

sind eine Bestätigung für unsere mehrfach ausgezeichnete Ausbildungsqualität“, sagt Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Karrieremöglichkeiten bei Netto

Netto zählt mit 81.800 Mitarbeitenden und davon 5.480 Auszubildenden zu einem der größten Ausbildungsbetriebe im deutschen Einzelhandel. Insgesamt bietet der Lebensmittelhändler 20 unterschiedliche Ausbildungsberufe – darunter die seit 2022 neuen Karrierewege Kaufmann für Marketingkommunikation und Immobilienkaufmann (m/w/d). Darüber hinaus können Interessierte in zwei Abiturientenprogrammen sowie neun dualen Bachelor-Studiengängen ihren Netto-Karriereweg in einer zukunftssicheren Branche starten. Nachwuchs- und Talentförderung haben bei Netto einen sehr hohen Stellenwert. Neben vielseitigen Aufgaben- und Verantwortungsbereichen garantiert die Ausbildung bei Netto eine langfristige berufliche Perspektive mit persönlicher Weiterentwicklung. Sehr gute Ausbildungsleistungen honoriert Netto nach erfolgreichem Abschluss zudem mit einer garantierten Übernahme.

Netto-Karriere: Einfach ausgezeichnet!

Für seine hohe Ausbildungsqualität und karrierefördernden betrieblichen Rahmenbedingungen wird Netto seit Jahren wiederholt ausgezeichnet, zum Beispiel mit den Siegeln „Faire Ausbildung“ (Absolventa/trendence), „Höchste Fairness im Job“ (Focus Money) und „TOP Karrierechancen“ (Focus Money). 2021 wurde Netto erneut vom Wirtschaftsmagazin Capital das Prädikat „Beste Ausbilder Deutschlands“ verliehen. Zusätzlich ist Netto Mitglied der Initiative „Fair Company“ (karriere.de).

Mehr Informationen zum Thema „Karriere bei Netto“ unter www.netto-online.de/karriere

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kundinnen und -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, 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. Mit über 5.480 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de

