
Vom Klassenzimmer zum Lebensmittelhandel

Dann geh doch zu Netto: Der Girls' & Boys' Day bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im April 2023 – Am Donnerstag, den 27. April 2023, war es wieder soweit: Am bundesweiten Girls' & Boys' Day öffnete Netto Marken-Discount die Türen für Schülerinnen und Schüler. In der Zentrale in Maxhütte-Haidhof konnten die Jugendlichen in die vielfältige Unternehmenswelt des Lebensmittelhändlers eintauchen: Die Reise führte durch Abteilungen wie beispielsweise Marketing und IT über Buchhaltung bis hin zur Logistik. Dabei gab es für die Schülerinnen und Schüler bei Netto nicht nur erste Einblicke in die Praxis, sondern auch die Chance auf abwechslungsreiche Berufsperspektiven.

Tatkräftige Unterstützung: Mit Netto zum Berufseinstieg

In der Zentrale von Netto Marken-Discount standen den Jugendlichen am Girls' & Boys' Day sowohl langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Seite als auch frischgebackene Auszubildene sowie Absolventinnen und Absolventen, die von ihrem Arbeitsalltag berichteten. Die beruflichen Perspektiven bei Netto sind dabei vielfältig: Neben 20 Ausbildungsberufen gibt es zwei Abiturientenprogramme sowie neun duale Bachelorstudiengänge. „**Wir freuen uns, dass wir den Schülerinnen und Schülern auch in diesem Jahr wieder am Girls' & Boys' Day unser stetig wachsendes Ausbildungsangebot vorstellen konnten. Wir gehen davon aus, dass wir den einen oder die andere in Zukunft bei uns im Unternehmen willkommen heißen dürfen**“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Starker Einsatz für mehr Vielfalt im Berufsleben

Einen Tag lang hieß es für die Schülerinnen und Schüler raus aus dem Klassenzimmer und rein ins Berufsleben: Der Girls' & Boys' Day in der Netto-Zentrale ermöglicht Jugendlichen der fünften bis zehnten Klasse Einblicke in die vielseitigen Abteilungen des Unternehmens. Das Ziel: Mit Geschlechter-Klischees aufräumen. Schließlich sind die Zeiten, in denen nur Männer in der IT sitzen und Frauen im Marketing arbeiten, schon lange vorbei. Deshalb durften die Mädchen die IT--Abteilung tatkräftig unterstützen, während die Jungen im Marketing oder Personal durchstarteten.

Ein Ausbildungsplatz mit Auszeichnung

Mit über 5.600 Auszubildenden zählt Netto Marken-Discount zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels. Wer sich für eine Ausbildung bei Netto entscheidet, wird durch erfahrene Kolleginnen und Kollegen, Führungskräfte und Betriebsräte intensiv begleitet. Für vertrauliche Gespräche haben zudem die Azubi-Ombudspersonen stets ein offenes Ohr. Während der Ausbildung bereitet ein vielfältiges Schulungsangebot auf die spannenden Karriere-Chancen vor. Auszubildene mit sehr guten praktischen und theoretischen Leistungen erwartet bei Netto außerdem eine garantierte Übernahme in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis. Führungspositionen besetzt Netto bevorzugt mit motivierten Talenten aus den eigenen Reihen. 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). 2022 wurde Netto erneut vom Wirtschaftsmagazin Capital das Prädikat „Beste Ausbilder Deutschlands“ verliehen. Zusätzlich ist Netto Mitglied der Initiative „Fair Company“ (karriere.de).

Weitere Informationen zu den Themen Ausbildung und Karriere gibt es unter www.netto-online.de/karriere sowie zum Girls' & Boys' Day unter www.girls-day.de und www.boys-day.de.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 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

