
Azubis beweisen sich

„Beste Netto-Nachwuchskraft 2023“: Thomas Struck aus Hamburg besticht mit hervorragendem Handelswissen

Maxhütte-Haidhof, im Juni 2023 – Aus mehr als 5.600 Netto-Nachwuchstalenten hat sich Thomas Struck, ehemaliger Auszubildender zum Kaufmann im Einzelhandel, erfolgreich durchgesetzt: Beim diesjährigen internen Wettbewerb von Netto Marken-Discount konnte Thomas Struck als „Beste Netto-Nachwuchskraft 2023“ besonders überzeugen und qualifiziert sich gleichzeitig für fitfortrade, dem größten Nachwuchswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel. Neben Thomas Struck bekommen zwei weitere Top- Kandidaten die Chance, Netto Marken-Discount beim größten Branchenwettbewerb in Köln zu vertreten und ihre Handels- und Lebensmittelexpertise unter Beweis zu stellen.

Fachwissen gefragt: Drei Talente präsentieren ihr Know-how

Zum zwölften Mal in Folge haben die besten Netto-Nachwuchskräfte im internen Unternehmenswettbewerb ihr Wissen rund um die Lebensmittelbranche unter Beweis gestellt und spannende Aufgaben gelöst. „Was sind Bataten?“, „Wie viel Energiewert hat ein Gramm Eiweiß?“ Diese und viele weitere Fragen wurden bei der internen Vorauswahl für das bundesweite fitfortrade-Finale in Köln gestellt. Unter den zahlreichen Auszubildenden, dualen Studierenden und Trainees konnte Thomas Struck seine Expertise beweisen und gewann somit den ersten Platz auf dem Siegereppchen als „Beste Netto-Nachwuchskraft 2023“ und die Qualifikation für den größten bundesweiten Nachwuchswettbewerb. Zwei weitere Top-Kandidaten sind auch dabei: Tobias Werner aus Gschwend und Hendrik Heck aus Namborn haben sich ebenfalls für das Finale in Köln qualifiziert. Beim fitfortrade-Wettbewerb hat der Gewinner oder die Gewinnerin die Chance auf die höchste Auszeichnung für Nachwuchskräfte im deutschen Lebensmittelhandel sowie ein attraktives Preisgeld.

„Ich bin stolz, ‚Beste Netto-Nachwuchskraft‘ zu sein und freue mich, Netto Marken-Discount bei fitfortrade zu vertreten“, sagt Thomas Struck mit großer Vorfreude auf den bundesweiten Nachwuchswettbewerb. Dieser findet seit diesem Jahr unter dem neuen Namen „fitfortrade“ (ehemals: Grips&Co) am 27. September 2023 in Köln statt. Wer sein Wissen im Bereich des Handels unter Beweis stellen und die Jury für sich gewinnen kann, kämpft im Finale um den begehrten Titel: „Deutschlands beste Nachwuchskraft im Lebensmitteleinzelhandel 2023“.

20 Ausbildungsberufe bei Netto Marken-Discount

Netto zählt mit 84.000 Mitarbeitenden und davon 5.600 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 (m/w/d) 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.

Ausgezeichnete Karrierechancen bei Netto

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). 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 4.300 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

