
Netto-Talent überzeugt beim größten Nachwuchswettbewerb des deutschen Lebensmittelhandels

Netto-Nachwuchskraft Tobias Werner aus Gschwend belegt den begehrten 2. Platz im „fitfortrade“-Finale

- **Netto-Talent erreicht beste Bewertung im direkten Wettbewerbsumfeld**
- **Netto Marken-Discount bietet zahlreiche Karrierechancen und Weiterbildungsmöglichkeiten**
- **Drei weitere starke Netto-Nachwuchskräfte im Finale von „Grips&Co“**

Maxhütte-Haidhof, im September 2023 – Tausende Teilnehmer, ein Ziel: Im jährlichen, bundesweiten Branchenwettbewerb „fitfortrade“ stellen 20.000 junge Talente aus verschiedenen Unternehmen der Handelsbranche ihr Wissen rund um den Lebensmittelhandel unter Beweis. Drei Netto-Nachwuchskräfte haben es bis ins Finale des größten Nachwuchswettbewerb des deutschen Lebensmittelhandels geschafft: Zusammen mit 18 Finalistinnen und Finalisten traten sie am 27. September im E-Werk in Köln in einem spannenden Finale von „fitfortrade“ gegeneinander an. Mit seinem breitem Know-How in den Bereichen Wissen, Schnelligkeit und Geschick beeindruckte dabei vor allem Tobias Werner und sicherte sich mit seinen Fähigkeiten den 2. Platz – damit die beste Bewertung im direkten Wettbewerbsumfeld. Zusätzlich punkteten weitere Netto-Nachwuchskräfte mit ihrem Wissen: Die Talente Sebastian Schlott und Thomas Struck überzeugten mit sehr guten Leistungen.

Seit 1981 vergibt das Fachmagazin „RUNDSCHAU“ für den Lebensmittelhandel beim „fitfortrade“-Wettbewerb (ehemals Grips&Co) den Titel „Deutschlands beste Nachwuchskraft im Lebensmittelhandel“. Fünf junge Netto-Talente konnten sich bereits im Mai dieses Jahres in einem internen Unternehmenswettbewerb die begehrte Qualifikation für die Teilnahme am Halbfinale sichern: Im unternehmens-internen Vorbereitungs-Camp hatten Tobias Werner aus Gschwend, Thomas Struck aus Hamburg, Hendrick Heck aus Namborn, Sebastian Schlott aus Amtzell und Paul Otto Hehring aus Zwickau eindrucksvoll ihr Wissen rund um den Lebensmittelhandel geschärft. Drei von ihnen haben es bis ins Finale geschafft. Tobias Werner überzeugte hier mit seinem beeindruckenden Know-How und sicherte sich so den verdienten zweiten Platz. Netto Marken-Discount gratuliert allen Teilnehmenden für ihre herausragende Leistung.

„Wir sind stolz auf das Fachwissen, mit dem unsere jungen Netto-Talente sich im fit-fortrade-Finale bewiesen haben. Die Förderung unserer Nachwuchskräfte ist der Grundstein unserer mehrfach ausgezeichneten Ausbildungsqualität. Es freut uns zu sehen, dass wir es in diesem Jahr auf das Sieger-Treppchen geschafft haben“, sagt Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.“

Vielfältige Karrierechancen für Berufseinsteiger

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 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 hohen Stellenwert. Neben vielseitigen Aufgaben- und Verantwortungsbereichen bietet die Ausbildung bei Netto eine langfristige berufliche Perspektive mit persönlicher Weiterentwicklung. Sehr gute Ausbildungsleistungen honoriert Netto nach erfolgreichem Abschluss zudem mit einer garantierten Übernahme.

Karriere mit Auszeichnung – dann geh doch zu 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. 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

