

„Für alle, die wissen, was sie wollen.“

## Netto Marken-Discount wirbt mit moderner Arbeitgebermarke für vielfältige Karrierechancen im Lebensmitteleinzelhandel

Maxhütte-Haidhof, im März 2021 – Sympathisch und selbstbewusst spricht Netto ab sofort mit einer modernen Arbeitgeberkampagne interessierte Neueinsteiger sowie Berufserfahrene an und stellt die Vorzüge einer Karriere bei Netto in den Fokus. Im Zentrum steht dabei der Claim „Für alle, die wissen, was sie wollen.“. Netto unterstreicht motivierend und zielgruppengenau, dass Nachwuchskräfte und Berufserfahrene von einem Einstieg und einer Karriere bei Netto profitieren. Auch in diesem Jahr startet Netto Marken-Discount seine bundesweite Ausbildungsoffensive. Das Ziel: Bis zum Start des neuen Ausbildungsjahres im Sommer über 2.000 Ausbildungsstellen in 18 Ausbildungsberufen, zwei Abiturientenprogrammen und fünf dualen Studiengängen mit talentierten Berufseinsteigern neu zu besetzen.

Mit seiner modernen und zielgruppengenauen 360-Grad-Kampagne verfolgt Netto drei wesentliche Ziele: Neben der Attraktivität der eigenen Arbeitgebermarke sollen vor allem auch die Anzahl der Bewerbungen gesteigert und passende Kandidaten gefunden werden. Der strategische Leitgedanke „Für alle, die wissen was sie wollen.“ sichert dabei einen einheitlichen Kampagnen-Auftritt über alle Kanäle hinweg und entspricht den Bedürfnissen von Berufseinsteigern und Erfahrenen gleichermaßen.

„Mit unserer neuen Kampagne wollen wir sowohl Nachwuchskräfte als auch Berufserfahrene einprägsam sowie authentisch ansprechen und Netto als einen modernen, zukunftssicheren Arbeitgeber vorstellen“, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

### Kraftvoll, selbstbewusst und modern

Mit kraftvollen Aussagen unterstreicht die Netto-Kampagne die zentralen Stärken der Arbeitgebermarke: Arbeitsplatzsicherheit, Aufstiegschancen, Flexibilität sowie ein nachhaltigeres Engagement für Umwelt und Gesellschaft. Visualisiert werden die Kampagnenbotschaften durch selbstbewusste Protagonisten, modernes Layout und einen dreidimensionalen Netto-Schriftzug als verbindendes optisches Element. Die Kampagne und alle Motive sind ab sofort dauerhaft bundesweit in den über 4.270 Netto-Filialen, auf allen Online- und Social Media-Kanälen von Netto sowie im Rahmen von Out-of-Home-Werbung und besonderen Aktionen des Lebensmittelhändlers zu sehen.



---

## **Ausgezeichnete Nachwuchs- und Talentförderung bei Netto**

Mit rund 78.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und über 5.100 Auszubildenden gehört Netto zu den führenden Ausbildungsbetrieben im deutschen Einzelhandel. Individuelle Ausbildungsbedingungen für junge Menschen und attraktive Aufstiegschancen auf dem weiteren Karriereweg werden dabei seit Langem großgeschrieben. Vielfältige Weiterbildungsangebote schon während der Ausbildung und eine Übernahmegarantie in ein unbefristetes Anstellungsverhältnis für Azubis mit sehr guten Leistungen sind die Basis für eine lange Karriere nach einem erfolgreichen Ausbildungsabschluss: Führungspositionen besetzt Netto bevorzugt mit Talenten aus den eigenen Reihen. Für seine hohe Ausbildungsqualität und karrierefördernden betrieblichen Rahmenbedingungen wird Netto seit Jahren wiederholt ausgezeichnet.

Mehr Informationen zum Thema „Karriere bei Netto“ unter [www.netto-online.de/karriere](http://www.netto-online.de/karriere).

### **Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 13,5 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 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. Mit über 5.100 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

### **Pressekontakt:**

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG  
Christina Stylianou  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)