

## **Netto Marken-Discount schließt Integration von 51 Kaiser's Tengelmänn-Märkten erfolgreich ab**

- **Aus Kaiser's Tengelmänn wird Netto: Die letzten acht umgebauten Märkte eröffnen am 21. März 2017 in Bayern**
- **Nahversorger: Neue Netto-Filialen bieten vor Ort über 4.000 Artikel**
- **Arbeitgeber: Übernahme gibt Mitarbeitern tragfähige Zukunftsperspektive**

**Maxhütte-Haidhof, 21. März 2017 – Erfolgreiche Integration: Am Dienstag, den 21. März 2017, wird Netto Marken-Discount alle übernommenen bayerischen Kaiser's Tengelmänn-Märkte nach kompletter Renovierung neu eröffnen und schließt damit den Umbau der 51 übernommenen Märkte in Bayern und Nordrhein-Westfalen erfolgreich ab. Alle ehemaligen Kaiser's Tengelmänn-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der übernommenen Standorte werden vor Ort weiterbeschäftigt. In den neu eröffneten Märkten bietet das Handelsunternehmen seinen Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis nach seinem neuesten Filial-Konzept.**

Die Umbauten der Kaiser's Tengelmänn-Märkte verliefen ganz nach Plan: So wurden am 20. März in acht bayerischen Märkten die letzten Handwerks- und Einräumarbeiten in Rekordzeit realisiert, sodass die Märkte in München, Augsburg, Bad-Reichenhall, Gilching und Unterschleißheim-Lohhof am 21. März unter Netto-Flagge neu eröffnen können. Mit rund 4.000 Artikeln, einem ausgewogenen Verhältnis an Marken und Eigenmarken sowie einem Sortimentsfokus auf Frische, Regionalität und Nachhaltigkeit präsentiert sich Netto als idealer Nahversorger. „**Netto hat die Integration der Kaiser's Tengelmänn-Märkte in sein Filialnetz gemeinsam mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreich umgesetzt. Wir haben alle umgebauten Filialen nach dem neuesten Netto-Konzept gestaltet und freuen uns, den Kunden vor Ort eine attraktive Nahversorgung bieten zu können**“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

### **Umbauten: Moderne Einkaufsatmosphäre mit neuem Netto-Filialkonzept**

Alles neu: Im Rahmen der Renovierung und Kaiser's Tengelmänn-Integration ins Netto-Filialnetz wurden durchschnittlich in jeder neu eröffneten Filiale 15 Tiefkühltruhen installiert, drei Kassen neu aufgestellt, 170 Liter Wandfarbe eingesetzt, 150 Meter Regalmeter neu eingebaut und vieles mehr. Mit neuen Regalsystemen, moderner Kassentechnik, teilweise neuen Böden und der grau-gelben Farbgebung des Filialauftritts überzeugen die neuen Filialen mit einer beruhigten Marktatmosphäre für ein entspanntes Einkaufserlebnis. Eine Beschilderung inklusive attraktiver Moodbilder sowie

## Pressemitteilung

---

Piktogramme der einzelnen Warenssegmente erklären den Marktaufbau und sorgen für eine schnelle Orientierung beim Einkauf.

### **Nachhaltiges Bauen bei Netto Marken-Discount**

Durch den Umbau können die insgesamt 51 Netto-Filialen in NRW und Bayern nicht nur attraktiver, sondern vor allem auch energieeffizienter und nachhaltiger gestaltet werden. Netto orientiert sich bereits seit vielen Jahren bei Neubauobjekten an umweltfreundlichen Baustandards und hat bundesweit schon zahlreiche Energiesparmaßnahmen sowie umweltschonende Technologien in sein Filial-Netz integriert, von denen nun auch die neuen Netto-Filialen profitieren können. Neben hoch-effizienten LED-Beleuchtungskonzepten, Abwärme-Nutzung aus dem Kälteprozess und energiesparenden Türluftschleiern mit Außentemperaturregulierung setzt Netto zudem Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung und bedarfsabhängiger Regelung sowie Gebäudeleittechnik mit zentraler Marktsteuerung ein.

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

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.180 Filialen, rund 75.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 12,4 Milliarden Euro, zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 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-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 sieben Schwerpunkthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit 5.510 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

#### Pressekontakt:

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