
RECRUITING-REPORT FÜR DEN FILIALISIERTEN HANDEL

Wie Sie Filialleiter, Fachkräfte und Spezialisten besetzen, wenn auf eine Anzeige im Handel nur noch **0,88 Bewerbungen** kommen.

Aus der Recruiting-Praxis der Ex-Personalverantwortlichen von Lidl Deutschland. Über 4.000 besetzte Stellen für Kölle Zoo, Apollo Optik, WMF, Enilive und mehr als 30 weitere Filialisten.

-
- Warum klassische Stellenanzeigen **88 Prozent des Bewerbermarktes** im Handel nicht mehr erreichen
 - Was eine unbesetzte Filialleiter-Stelle Ihr Unternehmen **pro Tag tatsächlich kostet**
 - Der **4-Schritte-Prozess**, mit dem MatchTrex seit 2019 über 4.000 Stellen im Handel besetzt hat

— ÜBER DIESEN REPORT

Für wen dieser Report geschrieben ist.

Dieser Report richtet sich an Entscheider im filialisierten Handel, die wissen, dass eine unbesetzte Filialleiter- oder Fachkräftestelle das Geschäft mehr kostet als jede Recruiting-Rechnung. Vier Rollen erkennen sich darin besonders.



HR-Leiter:innen filialisierter Handelsketten

Sie verantworten Recruiting für 10 bis 1.000 Filialen mit knapper Personaldecke. Dieser Report zeigt, wie Sie mit weniger internem Aufwand mehr besetzte Stellen erreichen, ohne dass Ihre HR-Abteilung im Bewerbermanagement versinkt.



Geschäftsführer und Inhaber im Einzelhandel

Sie tragen das Vakanzrisiko mit jedem Tag, an dem eine Schlüsselstelle offen bleibt. Dieser Report rechnet Ihnen konkret vor, was eine unbesetzte Filialleiter- oder Fachverkäuferstelle pro Tag kostet, und ab wann sich eine Investition in externes Recruiting trägt.



Regional- und Bezirksleiter im Filialgeschäft

Sie verantworten mehrere Standorte operativ und stehen unter direktem Umsatzdruck, sobald Schlüsselstellen offen bleiben. Dieser Report zeigt, welche Recruiting-Methoden für genau die Positionen funktionieren, die Sie am dringendsten besetzen müssen.



Selbstständige Kaufleute bei EDEKA und REWE

Sie führen Ihre Märkte unternehmerisch, ohne eigene Recruiting-Abteilung im Rücken. Dasselbe gilt für Franchise- und Pächter-Modelle wie bei Fressnapf oder Enilive. Dieser Report zeigt, wie Sie auch ohne internen HR-Apparat die Stellen besetzen, an denen Ihre Marktleistung hängt.

VORWORT

Bei Lidl haben wir 30.000 Stellen pro Jahr besetzt. Heute besetzen wir die Stellen, die der Mittelstand nicht mehr alleine schafft.

In 9 von 10 Erstgesprächen hören wir denselben Satz: „Wir bekommen unsere wichtigsten Stellen einfach nicht mehr besetzt.“ Er fällt bei HR-Leiter:innen filialisierter Handelsketten genauso wie bei Geschäftsführern im LEH, bei Bezirksleitern im Tierbedarf, bei selbstständigen Kaufleuten.

Stefan Hamm war Geschäftsführer Personal bei Lidl Deutschland, **Balazs Ronaszeki** Head of Recruiting. Zusammen verantwortlich für über 30.000 Besetzungen pro Jahr.

Bei Lidl läuft Recruiting als System. Für jede Positionsart gibt es einen definierten Kanalmix, einen dokumentierten Bewertungsmaßstab und eine festgelegte Übergabe zwischen Recruiting und Filiale. Aus diesem System ist 2019 MatchTrex entstanden, übersetzt auf die Strukturen mittelständischer Filialisten.

Seitdem haben wir über 4.000 Stellen besetzt, von der Kassiererin bis zur Geschäftsführung, für Kunden wie Kölle Zoo, Apollo Optik, WMF und Enilive. Wir wissen aus dieser Praxis, was reproduzierbar funktioniert und was Zufall ist.

Auf den nächsten Seiten zeigen wir Ihnen vier Dinge: warum klassisches Recruiting im Handel heute nicht mehr funktioniert, was sich am Arbeitnehmermarkt strukturell verändert hat, welche drei Fehler die meisten Filialisten machen bevor sie zu uns kommen, und wie der Prozess aussieht, der diese Ergebnisse möglich macht.

Wenn Sie nach der Lektüre den Eindruck haben, dass das für Ihre Stellen relevant ist, finden Sie am Ende dieses Reports einen Link zu einem 30-Minuten-Erstgespräch mit uns.



Stefan Hamm und Balazs Ronaszeki, Gründer der MatchTrex GmbH. Beide vorher in leitender Position im Recruiting bei Lidl Deutschland.



Stefan Hamm begrüßt einen neuen Filialleiter bei Kölle Zoo. Über 1.000 Besetzungen sind bereits aus der mehrjähriger Zusammenarbeit entstanden.

Stefan Hamm
Geschäftsführer und Mitgründer

Balazs Ronaszeki
Geschäftsführer und Mitgründer

KAPITEL 1 — DAS PROBLEM

Warum die wichtigsten Stellen im filialisierten Handel immer länger offen bleiben.

„Wir bekommen unsere wichtigsten Stellen einfach nicht mehr besetzt.“

Diesen Satz hören wir in 9 von 10 Erstgesprächen. Von HR-Leiter:innen filialisierter Handelsketten. Von Geschäftsführern im LEH. Von Bezirksleitern im Tierbedarf. Von DACH-HR-Verantwortlichen im Markenartikel-Filialhandel. Und von selbstständigen Edeka-Kaufleuten und Fressnapf-Franchisenehmern.

Die fünf Symptome, an denen Sie erkennen, dass Ihr Recruiting nicht mehr funktioniert.

1

Anzeigen-Budget verbrannt, kaum passende Bewerbungen.

30 Tage Anzeige auf Stepstone, Indeed oder Meinstadt. 40 Bewerbungen, davon zwei mit Handelserfahrung. Das Budget ist weg, die Stelle bleibt offen.

2

HR steckt im Recruiting fest statt HR zu machen.

Bewerbermanagement, Telefonate, Absagen. Onboarding, Personalentwicklung und Vertragsthemen bleiben liegen.

3

Die Geschäftsführung fragt nach Status. Es gibt keinen.

Keine neuen Kandidaten, keine neue Strategie. Die einzige Antwort lautet: die nächste Anzeige.

4

Dieselbe Stelle steht zum dritten Mal in 12 Monaten online.

Weil der Kompromiss-Kandidat aus Runde zwei nach drei Monaten wieder weg ist. Und der aus Runde eins schon davor.

5

Die wenigen guten Kandidaten antworten nicht mehr.

Sie haben sich auf 20 Stellen parallel beworben und längst woanders unterschrieben.

„Bewerber werden immer unverbindlicher und bewerben sich auf 20 Stellen gleichzeitig.“

Stefan Hamm, Mitgründer MatchTrex, in der Lebensmittelzeitung

— WAS ES KOSTET, NICHTS ZU TUN

Wie eine unbesetzte Stelle eine Filiale schichtweise auffrisst.

Aus über 20 Jahren Einzelhandel wissen wir: Eine Filiale steht und fällt mit ihrem Personal.

Wer keine qualifizierten Kandidaten mehr findet, stellt irgendwann den Kompromiss ein. Eine Thekenkraft ohne Beratungsambition. Einen Filialleiter, der die Mindestanforderungen erfüllt, aber das Team nicht trägt. Die Kunden bemerken das zuerst. Weniger Beratung, weniger Tempo an der Kasse, eine Theke, die nicht mehr verkauft. Die Stammkundschaft wandert zur Konkurrenz, oft ohne ein Wort.

Die engagierten Mitarbeiter, die bleiben, fangen die Lücken mit Doppelschichten und Wochenenddiensten auf. Bis der erste Leistungsträger kündigt. Aus Erschöpfung, oder weil ein Wettbewerber abwirbt. Aus einer offenen Stelle werden drei.

Bei einem unserer Kunden, einem Globus-Markt in Forchheim, war es das Restaurant. Der Teamleiter Gastronomie fehlte, die Öffnungszeiten wurden gekürzt, das Sortiment vereinfacht. Eine Filiale eines Vollsortimenters arbeitete für mehrere Wochen unter Notbetrieb.

So stirbt eine Filiale nicht über Nacht. Sie stirbt Schicht für Schicht.

Was wir aus 4.000 Besetzungen über dieses Problem gelernt haben.

Wenn dieselben Aussagen quer durch Branchen, Filialgrößen und Regionen fallen, liegt die Ursache weder bei der einzelnen Filiale noch am lokalen Bewerbermarkt. Wir hören sie von Tierbedarf bis Tankstelle, von 10 bis 1.000 Filialen.

Was sich verändert hat, ist der Arbeitnehmermarkt selbst. Wer das mit mehr Budget auf Stepstone, Indeed oder Meinstadt kompensieren will, gibt mehr Geld für dieselben Ergebnisse aus. Die Zahlen auf den nächsten Seiten zeigen, warum.

KAPITEL 2 — DIE ZAHLEN

Was sich am Arbeitnehmermarkt im Handel verändert hat und was das pro Tag kostet.

Es wird immer schwieriger, geeignete Fachkräfte im Handel zu finden. Die Ursache ist nicht lokal und nicht konjunkturell. Sie ist strukturell. Und sie hat einen Preis, den die wenigsten Filialisten kennen.

Anfang der 2010er kamen auf eine Stelle im Handel fünf bis acht Bewerbungen. Heute sind es 0,88.

0,88

Bewerbungen pro offene Stelle im Einzelhandel.

Weniger als ein Bewerber pro Stelle. Tendenz weiter fallend.

QUELLE: IAB, ARBEITSMARKTANSpannung 2023

Eine Stelle braucht statistisch mehr als einen Bewerber, um besetzt zu werden. Mit 0,88 ist das mathematisch ausgeschlossen. Die Lücke lässt sich durch Mehrbudget nicht schließen, weil die Bewerber, die früher reagiert haben, schlicht nicht mehr in der gleichen Zahl auf den Markt kommen.

Drei weitere Zahlen, die zeigen, wie tief die Lücke geht.

26.929

unbesetzte Fachkräftestellen im Einzelhandel

KOFA 2024

120.000

offene Stellen insgesamt im deutschen Einzelhandel

HDE 2025

70.000

weniger Geschäfte seit 2015, oft wegen fehlendem Personal

HDE 2025

3,2 Mio

weniger Erwerbstätige bis Mitte der 2030er Jahre

DESTATIS

Warum die richtigen Leute Ihre Anzeige nie sehen.

Während sich auf Ihre Anzeige immer weniger bewerben, sieht es im Markt der Beschäftigten anders aus.

78 %

der Arbeitnehmer in Deutschland machen Dienst nach Vorschrift. Nur 9 Prozent zeigen hohe Bindung an ihren Arbeitgeber.

GALLUP ENGAGEMENT INDEX 2024

↑ %

Im Einzelhandel liegt die Bindung noch niedriger. Schichtbelastung, Wochenenddienste und vergleichsweise niedrige Vergütung treiben die Wechselbereitschaft strukturell hoch.

73 %

denken monatlich über einen Jobwechsel nach. 48 Prozent planen ihn aktiv.

STEPSTONE JOBWECHSEL-KOMPASS 2024

Vier von fünf Beschäftigten im filialisierten Handel sind grundsätzlich abwerbbar. Sie schauen nur nicht auf Stepstone.

Wer auf Bewerbungen wartet, erreicht die 12 Prozent, die aktiv suchen. Die 88 Prozent, die wechseln würden, aber nicht aktiv suchen, erreicht eine klassische Stellenanzeige nicht.

Vakanzzzeiten im Handel sind heute zwei- bis dreimal so lang wie noch vor zehn Jahren.

POSITION	DURCHSCHNITTliche VAKANZZEIT	TREND
Verkäufer und Kassierer	45 – 60 Tage	steigend
Filialleiter	95 – 120 Tage	stark steigend
Köche und Restaurantfachkräfte	120 – 150 Tage	kritisch
Fleischer und Bäcker im LEH	140 – 180 Tage	kritisch

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Vakanzzzeitenstatistik 2025

Bei Führungspositionen kommen Kündigungsfrist und Einarbeitung dazu. Vom Auftrag bis zur tatsächlichen Wirkung in der Filiale vergehen oft sechs bis zwölf Monate.

863 Euro pro Tag. Was eine unbesetzte Filialleiterstelle Ihr Unternehmen kostet.

Im Handel schlägt eine Vakanz direkt aufs Ergebnis. Weniger Beratung an der Theke. Mehr Abschriften durch schlechtere Bestellung. Höhere Belastung der verbleibenden Mitarbeiter, die irgendwann selbst kündigen.

Die Berechnung ist Standard in der Recruitingbranche. Jahresgehalt multipliziert mit einem Wertschöpfungsfaktor je nach Position, geteilt durch 365 Tage.

FILIALLEITER

863 €

pro Tag

$65.000 \text{ € Jahresgehalt} \times \text{Faktor } 3,0 \div 365 \text{ Tage}$

103.540 €

bei 120 Tagen Vakanzzeit

FACHVERKÄUFER

372 €

pro Tag

$42.000 \text{ € Jahresgehalt} \times \text{Faktor } 2,0 \div 365 \text{ Tage}$

52.035 €

bei 140 Tagen Vakanzzeit

Eine Stepstone-Studie kommt im Branchendurchschnitt auf 29.000 € pro unbesetzter Stelle. Bei Unternehmen mit über 250 Mitarbeitern liegt der Wert über 73.000 €. Im Handel sind die tatsächlichen Kosten oft doppelt so hoch, weil starke Filialleiter zusätzlichen Ertrag erzeugen, Abschriften senken, Kundenbindung erhöhen und die Fluktuation reduzieren.

IN 30 MINUTEN KLARHEIT

Sie wollen wissen, was Ihre offenen Stellen Sie täglich kosten?

Wir analysieren Ihre aktuellen Vakanzen, rechnen die täglichen Vakanzkosten konkret durch und zeigen Ihnen, welche Stellen sich wie schnell besetzen lassen. Kostenfrei und unverbindlich.

Termin direkt buchen →

bit.ly/matchtrex-erstgesprach

KAPITEL 3 — DER SHIFT

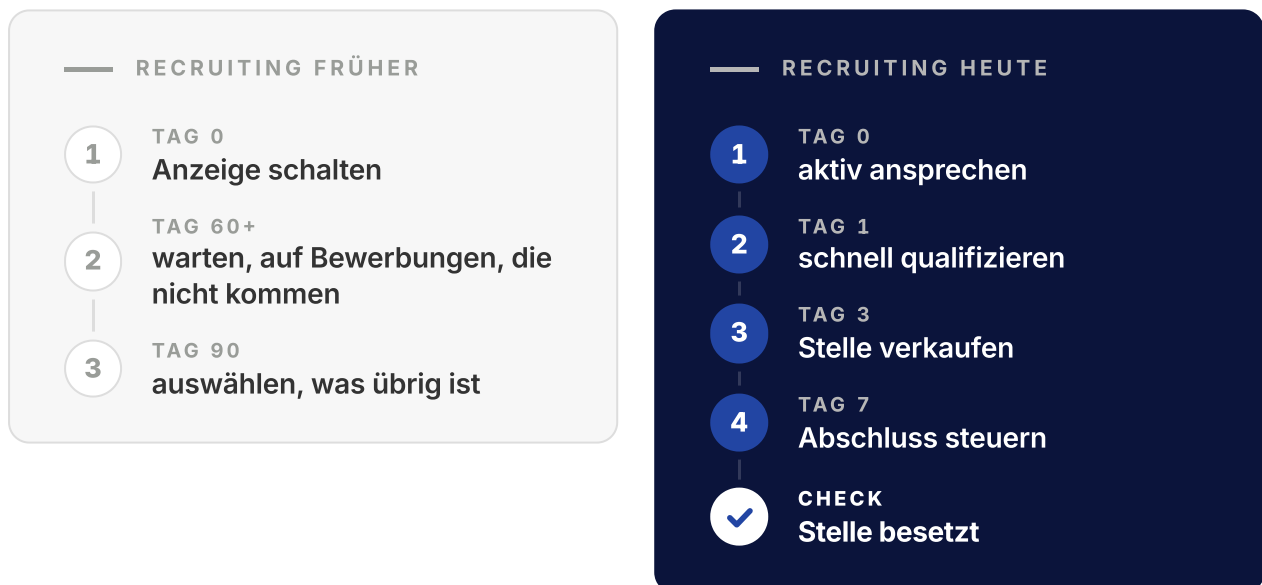
Recruiting im Handel hat sich verändert. Wer das nicht mitbekommt, verliert die besten Kandidaten.

Über Jahrzehnte funktionierte Recruiting nach derselben Logik. Anzeige schalten, warten, auswählen. Auf eine Stelle kamen fünf bis acht Bewerbungen. Der Arbeitgeber suchte sich aus, wen er einlädt.

Heute ist es umgekehrt. Auf eine Stelle im Einzelhandel kommen 0,88 Bewerbungen. Der Arbeitnehmer entscheidet, wo er hingeht.

Aussuchen heißt heute: aus einem zu kleinen Topf nehmen, was übrig ist.

Wer auf Bewerbungen wartet, bekommt heute zwei oder drei pro Stelle. Wer daraus den Besten auswählen will, wählt aus einem Stapel, den man vor zehn Jahren in der Vorauswahl aussortiert hätte. Wenn sich das Verhältnis umkehrt, muss sich das Vorgehen umkehren.



Tempo schlägt Größe.

Der Bewerber hat sechs andere Optionen. Er entscheidet sich für die, die ihn am schnellsten und überzeugendsten abholt. Die besten Kandidaten im Handel sind nach weniger als 14 Tagen vom Markt (Stepstone 2024).

Das ist eine gute Nachricht für kleinere Filialstrukturen. Geschwindigkeit hängt nicht von der Unternehmensgröße ab, sondern von Prozessen und Entscheidungswegen. Ein Filialist mit 15 Märkten kann schneller sein als ein Konzern mit 1.500.

1

FEHLER IM RECRUITING-VORGEHEN

Mehr Geld auf Stepstone, Indeed oder Meinstadt. Und dasselbe Ergebnis.

Wenn die ersten 30 Tage Anzeige zu wenig gebracht haben, ist die naheliegende Reaktion: nochmal schalten. Vielleicht länger, vielleicht teurer, vielleicht mit Premium-Sponsoring.

Das Problem ist nicht das Budget. Das Problem ist die Reichweite. Stepstone, Indeed und Meinstadt erreichen die 12 Prozent des Marktes, die aktiv nach einem Job suchen. Die 88 Prozent, die wechseln würden, aber nicht auf Jobbörsen schauen, erreicht keine dieser Plattformen.

Eine 30-Tage-Anzeige auf Stepstone kostet 1.399 Euro. Wer sie verdoppelt oder dreifach schaltet, gibt 2.800 oder 4.200 Euro für dieselbe Zielgruppe aus, die schon beim ersten Mal nicht reagiert hat.

Mehr Geld, dieselben Bewerbungen. Die Reichweite wächst nicht durch Mehrbudget, weil sie strukturell begrenzt ist auf den aktiv suchenden Teil des Marktes.

FAZIT

Fehler 1 erkennen Sie daran, dass dieselbe Stelle seit drei oder mehr Monaten online ist, das Anzeigenbudget wächst und die Bewerbungsqualität stagniert.

→ **Wollen Sie weiter dieselben 12 Prozent erreichen, oder die anderen 88?**

2

FEHLER IM RECRUITING-VORGEHEN

Eine Social-Recruiting-Agentur beauftragen, die den Handel nicht kennt.

Wenn die Anzeige nicht reicht, kommt der zweite Schritt. Eine Social-Recruiting-Agentur. TikTok, Instagram, Facebook. Endlich erreicht jemand die passiven Kandidaten. Klingt nach der richtigen Antwort.

In den meisten Fällen ist sie es nicht. Der Markt ist voll mit Agenturen, die einen Funnel auf jede Branche kippen. Schulungsdienstleister, Handwerk, Pflege, Handel. Derselbe Werbespot, derselbe Lead-Magnet, dasselbe Bewerbungsformular.

Was dabei rauskommt, klingt aus den Erstgesprächen mit unseren Kunden so:

„120 Leads in einer Woche. Kein einziger Lebenslauf dabei. Die meisten wussten nicht einmal, dass sie sich beworben haben.“

O-Ton aus dem Erstgespräch mit einem MatchTrex-Kunden

Eine Social-Recruiting-Agentur ohne Branchenkenntnis produziert Leads, keine Einstellungen. Die Bewerber sind nicht qualifiziert, nicht erreichbar oder beides. Hohe Lead-Zahlen sind ein Indikator dafür, dass der Werbespot funktioniert hat, nicht dafür, dass die Stelle besetzbar ist.

FAZIT

Fehler 2 erkennen Sie daran, dass die Agentur wöchentlich neue Bewerberzahlen liefert, Sie aber in drei Monaten keine einzige Einstellung gemacht haben.

→ **Wollen Sie weiter Leads zählen, oder Stellen besetzen?**

3

FEHLER IM RECRUITING-VORGEHEN

Einen Personalberater einsetzen, der für die Honorare im Handel gar nicht arbeitet.

Wenn weder die Anzeige noch die Social-Agentur funktioniert hat, geht der Blick zum klassischen Headhunter. Die teure Lösung, aber mit Methode. Telefongespräche, Profilbeurteilung, aktive Ansprache.

In der Industrie oder in der IT funktioniert das. Jahresgehälter von 90.000 bis 180.000 Euro rechtfertigen die übliche Provision von 25 bis 35 Prozent. Bei diesen Honoraren arbeiten die guten Personalberater.

Im filialisierten Handel rechnet sich das anders. Ein Filialleiter mit 65.000 Euro Jahresgehalt kostet Sie als Headhunter-Vermittlung 16.000 bis 22.000 Euro. Bei diesen Honoraren sind die spezialisierten Handels-Berater rar. Die meisten Personalberater, die den Auftrag trotzdem annehmen, kennen den Markt nicht oder vermitteln einen Kandidaten aus einer fremden Branche, der nach zwei Monaten wieder weg ist.

Headhunter funktionieren dort, wo Gehaltsniveau und Wertschöpfung den Beratungsaufwand tragen. Der Filialhandel gehört strukturell nicht dazu.

FAZIT

Fehler 3 erkennen Sie daran, dass der Personalberater nach acht Wochen einen Kandidaten aus der Industrie liefert, der von Filialgeschäft nichts versteht.

→ **Wollen Sie weiter Branchen-Wechsler riskieren, oder jemanden, der im Handel zu Hause ist?**

— KAPITEL 4 — DER PROZESS

Wie aus 75.000 Bewerbungen 650 Einstellungen werden — Jahr für Jahr.

75.000 Bewerbungen pro Jahr bearbeitet MatchTrex für seine Kunden. Daraus werden 650 Einstellungen. Dazwischen liegt ein Prozess, der zeigt, wo unterwegs aussortiert wird.

JAHRESVOLUMEN MATCHTREX (LETZTES GESCHÄFTSJAHR)



Diese Zahlen zeigen zwei Dinge. Wir bewegen genug Volumen im filialisierten Handel, um zu wissen, was reproduzierbar funktioniert und was Zufall ist. Und Recruiting im heutigen Markt ist deutlich mehr Arbeit, als die meisten Filialisten intern stemmen können.

„Wir sind nur 2,5 Mitarbeiter für das Recruiting von 254 Filialen.“

O-Ton eines Interessenten aus dem Erstgespräch

Eine interne HR-Abteilung mit zwei oder drei Personen kann diesen Funnel nicht abdecken. Nicht ohne dass Onboarding, Personalentwicklung und alle anderen HR-Themen liegenbleiben. Das ist der Grund, warum filialisierte Händler ab einer bestimmten Stellenzahl an externes Recruiting gehen, statt intern aufzustocken.

Wie viel Arbeit hinter einer einzigen Einstellung steckt.

Die Funnel-Quote unterscheidet sich stark je nach Position. Für die häufigsten Stellen im filialisierten Handel sind die Werte aus unserer Praxis:

POSITION	BEWERBUNGEN	TELEFON-INTERVIEWS	VORGESTELLT	VORSTELLUNGS-GESPRÄCHE	EINGESTELLT
Filialleiter	80	20	4	3	1
Fachverkäufer	65	7	2	2	1
Verkäufer / Kassierer	110	6	4	3	1

Mehr Bewerbungen, schärfere Qualifizierung, aktiver Verkauf.

Vor fünf Jahren reichten weniger Bewerbungen für eine Einstellung. Heute brauchen wir mehr. Nicht weil das Recruiting schlechter geworden wäre, sondern weil die Bewerber-Qualität gesunken ist: mehr Langzeitarbeitslose, mehr Jobhopper, mehr fehlende Fachkenntnisse, mehr Bewerbungen ohne Bezug zur ausgeschriebenen Stelle.

Wer heute eine Stelle qualitativ besetzen will, muss zwei Dinge gleichzeitig leisten. Mehr Bewerbungen generieren als früher. Und am Telefon schärfer qualifizieren, während er die Stelle aktiv verkauft. Beides braucht Zeit, Erfahrung und Marktkenntnis.

Das Ergebnis: 50 Prozent kürzere Time-to-Hire, 80 Prozent Erfolgsquote.

TIME-TO-HIRE

50 %

kürzer. Dank MatchTrex benötigen unsere Kunden vom Start der Suche bis zur Einstellung im Durchschnitt nur noch halb so lange wie zuvor.

ERFOLGSQUOTE

80 %

der beauftragten Stellen besetzen wir. Wird eine Stelle einmal nicht über uns besetzt, liegt das meistens daran, dass der Kunde parallel selbst besetzt hat.

KAPITEL 5 — DAS SYSTEM

Das MatchTrex Filial-Recruiting-System.

In vier Schritten vom Briefing bis zur Unterschrift. Aus über 4.000 Besetzungen im filialisierten Handel.

01**Stelleninterview**

Wir verstehen die Stelle, bevor wir sie ausschreiben. Welche Anforderungen sind unverhandelbar, welche nur Tradition.

02**Bewerber abholen**

Wir holen Kandidaten dort ab, wo sie sich tatsächlich befinden. Drei Kanal-Kategorien je nach Position und Standort.

03**Anrufen und verkaufen**

Wir rufen innerhalb eines Arbeitstages an. Strukturiertes Telefoninterview mit Fachfragen, statt Standard-Abfrage.

04**Übergabe halten**

Wir halten den Kandidaten bis zur Unterschrift. Aktive Koordination zwischen Recruiting und Filiale.

Was diesen Prozess von dem unterscheidet, was Sie schon kennen, ist die Kombination aus Branchenkenntnis, Geschwindigkeit und konsequenter Übergabe. Auf den folgenden Seiten gehen wir Schritt für Schritt durch jeden der vier Bausteine.

01

SCHRITT 1 — STELLENINTERVIEW

DIE STELLE VERSTEHEN, BEVOR SIE AUSGESCHRIEBEN WIRD

Wir verstehen die Stelle, bevor wir sie ausschreiben.

Bevor eine Anzeige geschaltet wird, setzen wir uns 60 Minuten mit der Fachabteilung zusammen. Mit dem, der die Stelle täglich verantwortet. Dem Filialleiter, der den neuen Marktleiter braucht. Dem Bezirksleiter, der einen Augenoptikermeister sucht.

Aus jahrzehntelanger Erfahrung wissen wir, welche Fragen entscheidend sind.

- ✓ **Welche Anforderungen sind tatsächlich unverhandelbar, welche nur Tradition?** Die meisten Stellenprofile enthalten Punkte, die auf dem Papier stehen, weil sie schon immer dort standen.
- ✓ **Welches Kandidatenprofil ist im aktuellen Markt realistisch findbar** und liefert gleichzeitig die Qualität, die in der Filiale gebraucht wird?
- ✓ **Welches Gehaltsband ist konkurrenzfähig** für die Branche, die Region und die Position?

Was wir auf Basis des Gesprächs konzipieren.

- 1 Eine Stellenanzeige, die zeigt, was die Stelle für den Bewerber bringt.**
Nicht eine Liste der Anforderungen des Arbeitgebers.
- 2 Eine auf den spezifischen Markt zugeschnittene Kanalstrategie.**
Welche Plattformen und welche Ansprache für genau diese Position, diese Region und dieses Profil funktionieren.
- 3 Einen stellenindividuellen Bewertungsbogen für das Telefoninterview.**
Damit jeder Kandidat für diese konkrete Stelle nach denselben Kriterien geprüft wird.

ERGEBNIS

Stellen werden nach dem Stelleninterview deutlich schneller besetzbar. Ohne Abstriche bei der Qualität.



SCHRITT 2 — BEWERBER ABHOLEN

DIE RICHTIGEN KANÄLE FÜR DIE RICHTIGEN LEUTE

Wir holen Bewerber dort ab, wo sie sich tatsächlich befinden.

Die 88 Prozent passiven Kandidaten erreicht man nicht über einen einzigen Kanal. Welche Kombination funktioniert, hängt von drei Faktoren ab. Der Position, dem Standort und dem Profil, das wir suchen.

Für einen Filialleiter in einer Großstadt setzen wir andere Kanäle ein als für einen Augenoptikermeister im ländlichen Raum. Für eine Verkäuferstelle reicht oft eine Jobbörse. Für einen Metzgermeister braucht es mehrere Wege parallel.

KANAL-KATEGORIE

**Suchmaschinen und
Jobbörsen**

Stepstone, Indeed, Google for Jobs. Reichweite zu den 12 Prozent des Marktes, die aktiv suchen. Schnell und kosteneffizient für Positionen mit viel Bewerberaufkommen wie Verkäufer oder Kassierer. Für anspruchsvolle Stellen reicht das nicht, weil die wenigen wirklich guten Kandidaten innerhalb weniger Tage vom Markt sind.

KANAL-KATEGORIE

Social Recruiting

Facebook, Instagram, TikTok. Erreicht Menschen, die nicht aktiv suchen, aber für einen besseren Job offen wären. Damit das funktioniert, braucht es Werbung, die im normalen Nutzerverhalten auffällt, ohne zu nerven. Und Branchenkenntnis. Eine Anzeige für einen Filialleiter im LEH muss anders klingen als eine für einen Bürojob.

KANAL-KATEGORIE

**Aktive
Kandidatensuche**

LinkedIn, XING, spezialisierte Datenbanken. Aufwendig. Unsere Recruiter recherchieren Kandidaten einzeln und schreiben sie persönlich an. Bei Augenoptikern, Metzgermeistern oder erfahrenen Filialleitern führt oft kein anderer Weg ans Ziel. Diese Berufsgruppen bewerben sich praktisch nie von selbst.

Den ersten qualifizierten Kandidaten haben wir meistens innerhalb von 48 Stunden im Prozess.

**SCHRITT 3 — ANRUFEN UND VERKAUFEN**

STRUKTURIERTES TELEFONINTERVIEW STATT STANDARD-ABFRAGE

Wir rufen innerhalb eines Arbeitstages an. Und verkaufen.

Mit einer Bewerbung allein ist noch nichts gewonnen. Erst das Gespräch zeigt, ob der Kandidat wirklich passt und wirklich wechseln will.

„Wenn wir einen Kandidaten in den ersten 24 Stunden nicht für ein Telefoninterview erreichen, sinkt mit jeder Stunde die Chance auf eine Vermittlung.“

Stefan Hamm in der Lebensmittelzeitung

Vier Bausteine des strukturierten Telefoninterviews.

- 1 Werdegang prüfen.**
Mit Fachfragen, die nur jemand beantworten kann, der den Handel kennt. „Welche drei Kennzahlen waren für Sie als Filialleiter bei Aldi am wichtigsten?“
- 2 Lücken im Lebenslauf klären.**
Stellenwechsel, Auszeiten, ungewöhnliche Gehaltssprünge.
- 3 Wünsche und Rahmenbedingungen abgleichen.**
Schichtmodell, Pendelweg, Gehalt, Flexibilität.
- 4 Die Stelle für den Bewerber attraktiv machen.**
Nicht generisch, sondern individuell auf den Kandidaten zugeschnitten.

Der letzte Baustein macht den Unterschied. Ein Mitarbeiter eines Discounters, der zu einem Edeka-Kaufmann wechseln würde, hört von uns nicht „großartiger Arbeitgeber“. Er hört: weniger Kennzahlendruck, bessere Planbarkeit, weniger körperliche Belastung. Eine junge Führungskraft hört nicht „gutes Gehalt“, sondern den Entwicklungsweg, den die Stelle eröffnet.

WAS DEN UNTERSCHIED MACHT

Wer am Telefon nur abfragt, bekommt einen Termin. Wer dem Kandidaten zeigt, warum genau diese Stelle für ihn passt, bekommt jemanden, der am Ende auch unterschreibt.

**SCHRITT 4 — ÜBERGABE HALTEN**

VON DER BEWERBUNG BIS ZUR UNTERSCHRIFT

Wir halten den Kandidaten bis zur Unterschrift.

Die meisten Besetzungen scheitern nicht beim Suchen oder beim ersten Telefongespräch. Sie scheitern in der Übergabe zwischen Recruiting und Filiale.

Drei typische Bruchstellen, die wir aus Erstgesprächen kennen.

- 1 Der Termin liegt zwei Wochen in der Zukunft.**
Der Kandidat hat in der Zwischenzeit drei andere Angebote.
- 2 Der Filialleiter weiß nicht, was am Telefon besprochen wurde.**
Er fragt Dinge doppelt, der Kandidat muss alles nochmal erzählen.
- 3 In der Vertragsverhandlung tauchen Punkte auf, die längst hätten geklärt sein müssen.**
Der Prozess zieht sich um weitere Wochen.

Mit jeder Verzögerung wächst die Wahrscheinlichkeit, dass der Kandidat woanders unterschreibt. Wir lösen das auf zwei Wegen.

Eine Entscheidungshilfe statt nur eines Lebenslaufs.

Was beim Kunden landet, ist der Lebenslauf plus eine schriftliche Bewertung von uns. Was der Kandidat kann, was er will, was schon besprochen ist, wo offene Fragen liegen. Der Filialleiter weiß vor dem Gespräch, mit wem er es zu tun hat. Der Kandidat muss nichts doppelt erzählen.

Aktive Koordination bis zur Unterschrift.

Wir koordinieren die Terminfindung zwischen Kandidat und Kunde, damit das Vorstellungsgespräch innerhalb weniger Tage stattfindet. Offene Vertragspunkte wie Gehalt oder Eintrittsdatum klären wir vorab. Die Verhandlung am Ende ist dann nur noch eine Formsache.

ERGEBNIS

So wird aus einer Bewerbung am Ende auch eine Einstellung.

— KAPITEL 6 — DER BEWEIS

Vier Kunden. Eine Methode. Tausende Einstellungen.

Von Tierbedarf bis Tankstelle funktioniert unser Prozess quer durch den filialisierten Handel. Auf den nächsten Seiten zeigen wir vier Kundenstories, die unterschiedliche Branchen und unterschiedliche Recruiting-Herausforderungen abdecken.

KÖLLE ZOO

Apollo 

CHRIST

///ACTION

REWE



PENNY

SCHWARZ
CORPORATE
SOLUTIONS

WOOLWORTH®



XXX Lutz

Lindner



Flink

FIVE
GUYSZEIT
FÜR
BROTDie
LohnersOCM
Orthopädische Chirurgie
München

CASE STUDY 01

Kölle Zoo: 1.000+ Einstellungen für einen Heimtierfachhandel mit Spezialqualifikationen.

BRANCHE

Heimtierfachhandel

GRÖSSE

26 Märkte, rund 650 Mitarbeiter

UMSATZ

ca. 110 Mio. Euro

Die Ausgangssituation

Kölle Zoo hatte schwer besetzbare Spezialpositionen. Aquaristik und Terraristik mit Sachkundenachweis als gesetzlicher Voraussetzung. Vorher arbeitete das Unternehmen mit einer Agentur, die monatlich Honorar nahm und Bewerbungen durchschleuste. Ohne Vorauswahl, ohne Qualität, ohne ausreichende Quantität.

Was dabei rauskam (Funnel über die Zusammenarbeit)

Bewerbungen bearbeitet	65.400
Telefoninterviews geführt	18.045
Kandidaten dem Kunden vorgestellt	6.283
Vorstellungsgespräche beim Kunden	4.953
Einstellungen	1.000+

50 %

schnellere Besetzung kritischer Vakanzen

26

besetzte Märkte — vom Verkäufer bis zum Aquaristik-Spezialisten mit Sachkundenachweis



„Unsere Filialleiter sollen sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Tiere, Kunden, Team. Nicht auf das Recruiting.“

Ramin Danaei, Managing Director Kölle Zoo Holding GmbH

CASE STUDY 02

Apollo Optik: 400+ Augenoptiker, Verkaufsberater und Filialleiter eingestellt — in einem Markt, der praktisch leer ist.

BRANCHE	BESETZUNGEN	ZUSAMMENARBEIT SEIT
Augenoptik / Filialhandel	über 400	2022

Die Ausgangssituation

Augenoptik gehört zu den Berufsgruppen mit dem schärfsten strukturellen Fachkräftemangel im Handel. Auf einen verfügbaren Augenoptiker oder Augenoptikermeister in Deutschland kommen rund zwei offene Stellen. Der freie Markt ist praktisch leer. Wer hier einstellen will, muss aktiv abwerben — gegen Wettbewerber, die genauso suchen.

Was dabei rauskam (Funnel über die Zusammenarbeit)

Bewerbungen bearbeitet	18.300
Telefoninterviews geführt	4.530
Kandidaten dem Kunden vorgestellt	1.135
Vorstellungsgespräche beim Kunden	850
Einstellungen	400+

400+

Einstellungen Augenoptiker, Verkaufsberater und Filialleiter

2:1

offene Stellen pro verfügbarem Augenoptiker in Deutschland — einer der härtest umkämpften Fachkräftemärkte im Handel

CASE STUDY 03

WMF: 50+ Einstellungen in 12 Monaten, Bewerbungskosten um 45 Prozent gesenkt.

BRANCHE

Markenartikel-Filialhandel (SEB-Group)

GRÖSSE

150 Stores in Deutschland

Die Ausgangssituation

WMF ist als Produktmarke jedem ein Begriff. Als Arbeitgeber im Filialhandel aber kaum bekannt. Das schlug auf die Bewerbungszahlen durch: zu wenig Quantität, zu wenig Qualität. Die Anfrage an MatchTrex kam über Anton Plath, DACH-HR-Head bei WMF, der die Zusammenarbeit aus seiner Zeit beim dänischen Möbelhändler JYSK kannte.

Was wir gemacht haben

Aufbau einer Social-Recruiting-Strategie speziell für die Zielgruppe Store Manager, Stellvertreter und Verkäufer. Werbemittel und Werbebotschaften wurden in 2- bis 3-Wochen-Zyklen gegeneinander getestet und optimiert. Parallel klassische Suchmaschinenwerbung, bei schwierigen Standorten und Store-Manager-Positionen zusätzlich aktive Kandidatensuche.

50+

Einstellungen in 12 Monaten

-45 %

Bewerbungskosten gesenkt durch A/B-Optimierung



„MatchTrex hat uns bei der Groupe SEB wiederholt lange offene Führungspositionen im Retail besetzt — auch in Outlets und ländlichen Regionen, wo die Suche besonders herausfordernd ist. Die Time-to-Hire wurde dabei um rund 50 % gesenkt.“

Anton Plath, Head of HR Retail DACH, Groupe SEB

CASE STUDY 04

Enilive: 100+ Mitarbeiter und 20+ Pächter eingestellt, beides parallel.

BRANCHE

Tankstellenbetrieb (Pächtermodell)

GRÖSSE

rund 3.000 Mitarbeiter über Pächter beschäftigt

ZUSAMMENARBEIT SEIT

2023

Die Ausgangssituation

Enilive betreibt seine Tankstellen über selbstständige Pächter. Eine doppelte Recruiting-Herausforderung. Erstens müssen Pächter selbst gefunden werden, für die es keine Jobbörse gibt und für die Selbstständigkeit im Tankstellenbetrieb selten der naheliegende Karriereschritt ist. Folge: Expansionstankstellen werden notdürftig durch andere Pächter mitbetreut. Zweitens müssen die Pächter ihrerseits Mitarbeiter finden, für 24/7-Betrieb, mit hoher Pendelanforderung. Folge: gekürzte Öffnungszeiten und Umsatzeinbrüche im Tankstellenshop.

Was wir gemacht haben

Aufbau eines kombinierten Ansatzes für beide Zielgruppen separat. Social Recruiting, Suchmaschinenwerbung und aktive Kandidatensuche. Ein Team mit tiefer Tankstellen-Branchenkenntnis, das weiß, welche Fragen zu stellen sind und welche Argumente bei welchem Profil ziehen.

100+

Tankstellenmitarbeiter eingestellt

20+

Tankstellenpächter gefunden



„Für unsere Tankstellenpartner benötigen wir A-Kandidaten — MatchTrex liefert sie stets passgenau und zuverlässig.“

Jens Kißner, Leiter Retail Sales, Enilive Deutschland

KAPITEL 7 — WAS MATCHTREX KOSTET

Was MatchTrex kostet, und warum klassische Recruiting-Kanäle am Ende teurer sind.

Was Sie heute zahlen, ohne dass am Ende eine Einstellung garantiert ist.

Die Kosten für klassische Recruiting-Methoden sind hoch, ohne dass das Ergebnis garantiert ist.

**Stepstone und andere
Jobbörsen****1.399 €**

für eine 30-Tage-Anzeige.
Ohne Garantie auf
passende Bewerber. Ohne
Vorauswahl.

**Social-Recruiting-
Agentur****pro Lead**

Abrechnung pro
Bewerbung, auch wenn
die Kandidaten
unqualifiziert oder nicht
erreichbar sind.

Personalberater**16.000–
22.000 €**

25 bis 35 Prozent vom
Jahresgehalt. Für eine
Filialleiterstelle mit 65.000
€ Jahresgehalt.

Im filialisierten Handel geht es nicht darum, mehr Bewerbungen zu generieren. Es geht darum, Stellen zu besetzen.

Wir übernehmen das Kostenrisiko der Suche und bieten Festpreise:

Fixpreis statt Prozentsatz.

Was eine Besetzung kostet, hängt nicht vom Jahresgehalt ab, sondern vom Aufwand der Suche. Eine Filialleiterstelle kostet bei uns das Gleiche, ob der Kandidat 55.000 oder 75.000 Euro verdient.

Erfolgsbasierte Vergütung mit 30/70.

30 Prozent bei Beauftragung, 70 Prozent erst bei Einstellung des Kandidaten. Keine Einstellung, keine 70 Prozent. Den Großteil des Risikos tragen wir.

Rahmenvertrag ab 10 Stellen pro Jahr.

Mit individueller Volumenstaffelung. Recruiting wird abrufbar wie ein Service, ohne für jede Stelle neu zu verhandeln.

Festpreise pro Position.

POSITION	PREIS
Filialleiter / Marktleiter EKZ / Großfläche	6.500 – 12.000 €
Filialleiter / Marktleiter	4.500 – 6.500 €
Abteilungsleiter / stellv. Filialleiter	3.000 – 4.500 €
Verkaufsberater (mit Beratungskompetenz)	1.500 – 2.000 €
Thekenkraft LEH	1.300 – 1.800 €
Verkäufer / Servicekraft	950 – 1.200 €

Preise gelten für den Einzelhandel. Andere Branchen wie Systemgastronomie, Hotellerie oder Medizin und Pflege auf Anfrage.

Warum sich MatchTrex nach 5 bis 8 Tagen rechnet.

Entscheidend ist nicht der Preis für die Besetzung, sondern was eine unbesetzte Stelle pro Tag kostet, und wie schnell sich die Investition deshalb rechnet.

FILIALLEITER

Vakanzkosten: 863 € pro Tag, rund
26.000 € pro Monat

MatchTrex-Investition: maximal **6.500 €**

Amortisation nach 7,5 Tagen

ab Tag der Vertragsunterschrift des Kandidaten

FACHVERKÄUFER

Vakanzkosten: 372 € pro Tag, rund
11.000 € pro Monat

MatchTrex-Investition: maximal **2.000 €**

Amortisation nach 5,4 Tagen

ab Tag der Vertragsunterschrift des Kandidaten

Standardrechnung. Im Handel liegen die tatsächlichen Kosten oft doppelt so hoch, weil starke Filialleiter zusätzlichen Ertrag erzeugen, Abschriften senken, Kundenbindung erhöhen und die Fluktuation reduzieren.

KAPITEL 8 — DER NÄCHSTE SCHRITT

Lohnt sich MatchTrex für Ihre Stellen? In 30 Minuten wissen Sie es.

Sie haben den Markt gesehen, den Prozess, die Ergebnisse und die Kosten. Bleibt eine Frage: Funktioniert das auch für Ihre offenen Stellen? Das klären wir in einem 30-Minuten-Erstgespräch.

Das nehmen Sie aus dem Gespräch mit:

- ✓ Analyse Ihrer offenen Stellen und der aktuellen Suchsituation
- ✓ Einschätzung des Besetzungspotenzials für kritische Positionen
- ✓ Konkrete Strategie, wie sich Ihre Stellen besetzen lassen
- ✓ Verbindliches Angebot mit Fixpreisen und Zahlungsmodell

[Termin direkt buchen →](#)

Was Kunden vor dem ersten Gespräch wissen wollen.

„Wir bekommen einfach nicht genug geeignete Bewerber.“

Diesen Satz hören wir in 9 von 10 Erstgesprächen. Die Antwort liegt nicht in mehr Anzeigen, sondern darin, die 88 Prozent des Marktes zu erreichen, die nicht aktiv suchen. Wie das in Ihrem Fall aussieht, zeigen wir im Gespräch.

„Funktioniert das in unserer Region und für unsere Positionen?“

Über 4.000 Besetzungen quer durch Großstadt und ländlichen Raum. Spezialisten wie Augenoptiker, Metzger und Aquaristik-Berater. Der einfachste Weg, das zu prüfen, sind die 30 Minuten.

„Wir haben gerade kein Budget dafür.“

Eine unbesetzte Filialleiterstelle kostet im Schnitt 863 Euro pro Tag. MatchTrex startet mit 30 Prozent Anzahlung. Die restlichen 70 Prozent fallen erst an, wenn der Kandidat unterschreibt. Das Risiko bleibt überschaubar, der Kostenvergleich klar.

„Wir sind gerade in einer Umstrukturierung.“

Während Sie umstrukturieren, läuft die Vakanz weiter. 30 Minuten kosten weder Zeit noch Bindung. Wenn der Termin nichts ergibt, haben Sie nichts verloren.

„Wie schnell können wir starten, wenn wir uns dafür entscheiden?“

In der Regel innerhalb weniger Tage. Nach dem Erstgespräch folgt das Stelleninterview mit der Fachabteilung, danach laufen die Kanäle. Bei akuten Vakanzen haben wir die ersten qualifizierten Kandidaten oft schon innerhalb von 48 Stunden im Prozess.



— DER NÄCHSTE SCHRITT

Sind Ihre wichtigsten Stellen schon zu lange offen?

Über 4.000 besetzte Stellen für Filialisten im Handel. 50 Prozent kürzere Time-to-Hire. 80 Prozent Erfolgsquote. Eine davon kann auch Ihre offene Stelle sein.

4.000+

besetzte Stellen seit 2019

50 %

kürzere Time-to-Hire

80 %

Erfolgsquote



Buchen Sie jetzt Ihr kostenfreies 30-Minuten-Erstgespräch.

bit.ly/matchtrex-erstgesprach

MatchTrex GmbH

Heilbronn, Deutschland

www.matchtrex.com · stefan.hamm@matchtrex.com