

MANAGEMENT & KARRIERE

TARIFKONFLIKT

Obi und Edeka Südwest zahlen mehr

Das Gehaltskarussell dreht sich weiter. Angesichts des festgefahrenen Tarifkonflikts im Einzelhandel erhöhen der Baumarktbetreiber Obi und die Edeka-Regionalgesellschaft Südwest die Entgelte vor Abschluss der Verhandlungen. Der nicht tarifgebundene Baumarktbetreiber wird seinen Angestellten in einer freiwilligen Anpassung 4,7 Prozent mehr bezahlen, teilt das Unternehmen auf LZ-Anfrage mit. Unter Berücksichtigung der Erhöhung im Oktober 2023 lägen die Gehälter nun 10 Prozentpunkte über den aktuellen Tarif Tabellen. Die Edeka-Regionalgesellschaft Südwest teilt auf Anfrage mit, die Löhne im Bereich Einzelhandel in den tarifgebundenen Regiemärkten zum 01.04.2024 freiwillig um weitere 5 Prozent vorab anzuheben. Das Unternehmen hatte bereits zum September vergangenen Jahres eine freiwillige Erhöhung vorgenommen. *lz 13-24*

MITARBEITER-ENTWICKLUNG

Weiterbildung schießt oft am Ziel vorbei

62 Prozent der HR-Verantwortlichen glauben, dass Weiterbildungsangebote fest mit den Unternehmenszielen verbunden seien. Das bestätigen allerdings nur 38 Prozent der Mitarbeitenden sowie etwas mehr als die Hälfte der Führungskräfte (54 Prozent). Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Lernplattformanbieters Studytube. Sehr große Diskrepanzen gibt es auch im Bereich Budget: Befragte in den Personalabteilungen sagen, durchschnittlich 850 Euro pro Mitarbeiter als Weiterbildungsetat zur Verfügung zu haben. Führungskräfte gehen davon aus, dass es 2.000 Euro sind. *lz 13-24*

BENEFITS

Rewe Härzschel umsorgt Angestellte

Der selbstständige Rewe-Händler Matthias Härzschel hat eine Auszeichnung für sein Angebot der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) für seine Mitarbeitenden erhalten. Beim branchenübergreifenden Deutschen bAV-Preis erreichte der Händler den 3. Platz. Die Jury würdigte Angebote wie einen bedingungslosen Arbeitgeberzuschuss zur bAV, eine betriebliche Krankenzusatzversicherung, ein kostenloses Lohnkonto und Beratungsangebote zu Versicherungs- und Finanzthemen. *lz 13-24*

HR-KAMPAGNE

Aldi Süd trommelt mit Gaming

Der Discounter Aldi Süd setzt in einer neuen HR-Kampagne auf virtuelle spielerische Elemente, um Bewerbern den Alltag in der Filiale schmackhaft zu machen. Wie das Unternehmen mitteilt, werden verschiedene Clips auf Outdoor-Screens, Netflix, Prime Video sowie auf Youtube ausgespielt. Auf seinem Instagram-Karriere-Account bietet das Unternehmen einen Gaming-Filter an, mit dem die User sich als Kassierer versuchen können. 30 Prozent der potenziellen Bewerber suchen auf Instagram nach Jobs, so Aldi Süd. *lz 13-24*

Vertriebskarrieren lohnen sich

Gehälter legen nach Corona-Pandemie wieder zu – Zusammenarbeit zwischen Handel und Industrie hat sich verändert

Fähige Vertriebsprofis werden derzeit in der Konsumgüterindustrie stark gesucht. Sie verdienen so viel wie nie zuvor. In Zeiten von Preiskämpfen und starkem Wettbewerb wollen Hersteller mit gutem Vertrieb punkten.

„Die intensive Betreuung des Handels scheint bei den Herstellern ein immer größeres Gewicht zu bekommen“, stellt Matthias Hennig fest. Der Geschäftsführer der Personalberatung Rau Consultants sieht aktuell eine hohe Nachfrage nach qualifizierten Bewerbern für Positionen im nationalen Key-Account-Management für den Lebensmitteleinzelhandel. Dort verdienen Angestellte aktuell so viel wie noch nie zuvor – mit einer Durchschnittsvergütung von 110.000 Euro, wie eine Auswertung der Kandidatendaten von Rau Consultants zeigt. Das ist ein Plus von 5 Prozent seit der letzten Erhebung im September 2021.

Der hohen Nachfrage stehen viele wechselwillige Interessenten entgegen, beobachtet die Beratung, die sich auf die Vermittlung von Führungskräften in der Lebensmittelindustrie spezialisiert hat. Doch das Problem: Seit der Corona-Pandemie habe die Bereitschaft der Kandidaten zum Umzug deutlich abgenommen. „Es gibt genügend Bewerber auf dem Markt, manche Unternehmen haben es aber etwas schwieriger, weil sie auf Präsenz an zwei bis drei Tagen pro Woche beharren“, so Hennig. „Flexiblere Unternehmen finden leichter Personal.“

Homeoffice-Debatte bleibt

Früher waren nationale Key-Accounter für Markenhersteller rund 60 Prozent der Zeit unterwegs beim Kunden und hatten daher gute Argumente, nicht am Unternehmensstandort zu wohnen. Doch das ist heute anders. „Der Handel lässt persönliche Besuche seit der Corona-Pandemie nicht mehr so häufig zu. Es ist virtueller geworden“, berichtet Hennig. Viele Konsumgüterhersteller wünschen sich daher jetzt mehr Präsenz in der Unternehmenszentrale – doch die Kandidaten seien noch weniger bereit umzuziehen, als vor der Pandemie.

Einen besonders hohen Personalbedarf für Key-Accounter sieht der Berater aktuell bei Unternehmen, die Handelsmarken herstellen. Seit den hohen Inflationsraten haben die Marktanteile für Private Labels in vielen Warengruppen enorm zugenommen. Händler legen neue Linien und Produkte auf. Diese Positionen sind teilweise sehr lukrativ. Unternehmen, die einen großen Anteil ihrer Umsätze mit Private-Label-Produkten generieren, zahlen für den Key-Accounter, der den wichtigsten Handelskunden betreut, teils eine Gesamtvergütung zwischen 130.000 und 140.000 Euro oder sogar darüber, berichtet Hennig. Im Gegensatz zu den Marken-Key-Accountern erwarten Unternehmen von den Private-Label-Experten schon immer, dass sie an den Unternehmensstandort ziehen: Sie arbeiten eng mit Abteilungen wie Produktentwicklung und Produktion zusammen.

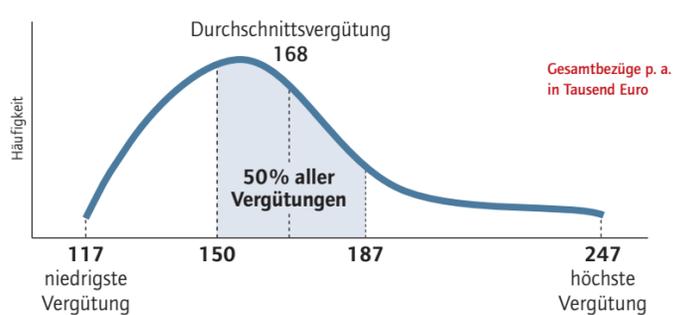
Gut bezahlt werden nach Hennigs Erfahrung auch Key-Accounter in großen Konzernen, die ein Team führen. Unterdurchschnittlich vergütet hingegen werden die Positionen im Bereich Handelsmarken, wenn das Geschäft



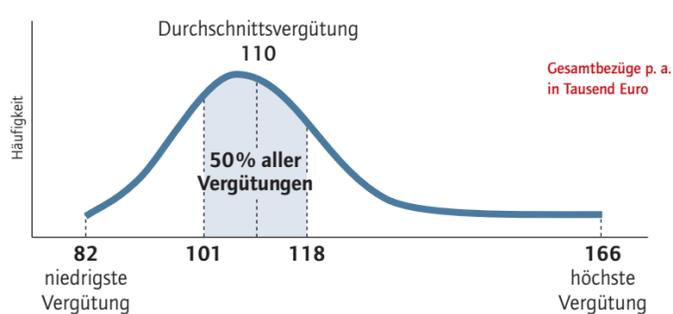
In Verbindung bleiben: Hersteller dürfen seltener in die Handelszentralen. Gute Vertriebler punkten heute über Analysen.

Gehalts-Check RAU CONSULTANTS

Nationale Vertriebsleitung (m/w/d)



Nationaler Key Account Manager LEH (m/w/d)



Unternehmen: Lebensmittelindustrie mit mehr als 100 Mitarbeitern
LZ GRAFIK; QUELLE: RAU CONSULTANTS, JANUAR 2024

nur für einen kleinen Umsatzanteil des Herstellers steht.

Hat die Digitalisierung das Berufsprofil verändert? „Früher war häufig der Beziehungsverkäufer gesucht, der im Schwerpunkt mit dem Einkäufer eine persönliche Beziehung aufgebaut und sich über Familie und Hobbys ausgetauscht hat. Diese Art des Verkaufs hat zunehmend ausgedient. Heute geht es um tiefgehende Analysen der Warengruppen, der Einkaufsstättenwahl, der Verbraucher und Trends“, sagt Hennig. „Der Vertrieb hat sich professionalisiert. Vielleicht ist das einer der Gründe, warum die Nachfrage nach Key-Account-Managern aktuell relativ hoch ist.“

Einer von zwei bisher üblichen Karrierewegen zum nationalen Key-Accounter sei über eine Tätigkeit im Außendienst verlaufen, berichtet Hennig: vom Gebietsverkaufsleiter zum regionalen und dann nationalen Key-Accounter etwa. Daher ist bei rund 50 Prozent der Stelleninhaber der höchste

Abschluss nicht ein akademischer, sondern zumeist ein kaufmännischer. Da aktuell viele Unternehmen nach den Erfahrungen der Pandemie ihre Außendienstmannschaften zusammengestrichen oder an externe Agenturen vergeben haben, versiege einer der Rekrutierungswege. „Möglicherweise fehlen diese Kandidaten dann in ein paar Jahren.“ 50 Prozent der nationalen Key-Accounter haben nach den Zahlen von Rau Consultants einen akademischen Abschluss. Sie kommen nach dem Studium über Assistenzfunktionen im Vertrieb in die Position.

Was beiden Gruppen gemein ist: 90 Prozent von ihnen sind laut Erhebung der Personalberatung Männer. Noch unausgewogener ist das Geschlechterverhältnis in der übergeordneten Position nationale Vertriebsleitung: In dieser Führungsposition gibt es nur noch 5 Prozent Frauen.

Kaum Frauen im Vertrieb

Um eine Stelle als nationale Vertriebsleitung zu ergattern, sind exzellente Kontakte in den deutschen LEH gefordert. 60 Prozent der Positionsinhaber haben einen akademischen Abschluss. Vertriebsleitungen führen in der Regel Teams mit einer Mitarbeiteranzahl im mittleren zweistelligen Bereich: Feldorganisation, Innendienst und nationale Key-Account-Manager. Aufgrund der Personalverantwortung erlauben Unternehmen für diese Tätigkeit in der Regel die Arbeit aus dem Homeoffice nicht.

Nationale Vertriebsleiter können im Schnitt aktuell 168.000 Euro verdienen. Das sind 10 Prozent mehr als zum Zeitpunkt der letzten Analyse im September 2021. Die Durchschnittsvergütung erreicht damit einen neuen Höchstwert, nachdem sich die Bezahlung während der unsicheren Pandemiejahre auf einem Plateau bewegt hatte.

Die Bandbreite der Höhe der Vergütung ist in dieser Position enorm: Das niedrigste erhobene Gehalt lag bei 117.000 Euro im Jahr, das höchste bei 270.000 Euro. Grund sind laut Hennig die sehr unterschiedlichen Anforderungen je nach Unternehmensgröße: Während in manchen Firmen der Umsatz überschaubar und die Teams klein seien, tragen Vertriebsleiter in Konzernen mit umfassender Vertriebsmannschaft und entsprechend hohen Umsätzen eine deutlich größere Verantwortung. *Iris Tietze/lz 13-24*

»Der Vertrieb hat sich professionalisiert«

Matthias Hennig,
Rau Consultants

