



TEDi trotz dem Ausbildungsmarkt-Trend: 333 Ausbildungsplätze für motivierte Persönlichkeiten

- Non-Food-Discounter reagiert auf Herausforderungen auf dem Ausbildungsmarkt und bietet Perspektiven
- TEDi setzt auf Engagement und persönliche Eignung statt allein auf schulische Qualifikationen
- Erfolgsgeschichten belegen, wie es gehen kann

Dortmund, 18. Mai 2026 – Während der aktuelle Berufsbildungsbericht der Bundesregierung einen Rückgang im Ausbildungsstellenangebot und eine erhöhte Zahl erfolgloser Ausbildungsplatzsuchender verzeichnet – bedingt durch die wirtschaftliche Lage sowie Passungsprobleme zwischen Bewerbern und Betrieben – geht TEDi, Europas führender Non-Food-Discounter, den anderen Weg. Für das Ausbildungsjahr 2026/2027 sucht das Unternehmen deutschlandweit 333 Auszubildende für den Vertrieb, darunter Kaufleute im Einzelhandel, Handelsfachwirte sowie Verkäufer und Verkäuferinnen. Dabei setzt TEDi bewusst auf Persönlichkeiten sowie Motivation und positioniert sich als wichtiger Chancengeber im Handel und stärkt damit die duale Ausbildung in Deutschland.

Persönliche Eignung zählt

Der Handel sieht sich laut HDE-Umfragen oft mit Problemen fehlender schulischer Qualifikationen bei Bewerbern konfrontiert. TEDi begegnet diesem Trend pragmatisch: „Auch für TEDi sind gute Schulleistungen und gepflegte Umgangsformen wichtig. Die Erfahrung zeigt aber, dass Noten allein die Fähigkeiten der Menschen nicht definieren“, erklärt Thomas Lendl, Managing Director People & Corporate Security TEDi. „Die persönliche Eignung und die Bereitschaft, sich einzubringen, sind für uns mindestens genauso entscheidend. Diese erkennen wir am besten im persönlichen Gespräch und legen darauf großen Wert.“

Vom Azubi zum Verkaufsleiter – so kann es gelingen

Ein Beispiel für diese Philosophie ist Stefan Nimpong. Seine Geschichte belegt die Talentförderung beim Non-Food-Discounter. Nimpong startete vor zehn Jahren seine Ausbildung bei TEDI und hat sich seitdem kontinuierlich hochgearbeitet. Vom Azubi zum führungsstarken Verkaufsleiter, der heute 120 Filialen vom Rheinland bis ins Bergische Land betreut und zwölf Führungskräfte anleitet. „Meine Geschichte zeigt, dass man weiterkommen kann, wenn man die Chancen nutzt, dranbleibt und an sich glaubt“, betont Nimpong. „Mit Disziplin und ein bisschen Fleiß kann man erfolgreich werden. Es lohnt sich, dranzubleiben. Man muss es wollen.“

Duale Ausbildung schafft Möglichkeiten und gesellschaftlichen Mehrwert

TEDI befindet sich weiterhin auf einem konsequenten und erfolgreichen Wachstumskurs. „Die Ausbildung von Fachleuten ist für uns ein elementarer Baustein, um weiter und nachhaltig wachsen zu können“, so TEDI-CEO Petar Burazin. „Es ist wichtig, jungen Menschen eine fundierte Ausbildung und damit eine gute Perspektive für ihren Berufseinstieg und ihre Karriere bieten zu können – unabhängig von ihrem bisherigen Werdegang. Das ist eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, der wir uns gerne stellen und die auch der Berufsbildungsbericht als zentralen Baustein für die Fachkräftesicherung hervorhebt.“

Ausbildung bei „Top-Employer“ TEDI

TEDI wurde 2026 erneut als Top Employer Germany zertifiziert. Diese Auszeichnung bestätigt die hohen Standards des Unternehmens in Bereichen wie Talentgewinnung, Mitarbeiterentwicklung und Karriereförderung. Bei TEDI können Auszubildende ihre Stärken entdecken und entfalten.

Informationen zu den 333 Ausbildungsstellen und die Möglichkeit zur Bewerbung finden Interessierte hier: <https://www.tedi.com/karriere/schuelerstudenten/ausbildung/ausbildung-im-vertrieb>.

Über TEDI

TEDI ist Europas führender Non-Food-Discounter mit der größten Sortimentsvielfalt zum günstigen Preis. Das Unternehmen wurde 2004 in Deutschland gegründet und ist heute in 15 europäischen

Ländern mit über 3.700 Filialen vertreten. Der Non-Food-Discounter setzt seinen Wachstumskurs fort und plant mittelfristig ein Netz von 5.000 Filialen in Europa.

TEDi ist voller Ideen. TEDi bietet eine breite Produktvielfalt in den Bereichen Schreibwaren, Basteln, Deko, Haushalt, Party und Trendartikel. Spielwaren, Heimwerkerartikel, Süßwaren und Tierbedarfsartikel ergänzen das Sortiment. Dabei setzt TEDi auf gute Qualität zu günstigen Preisen und bietet sowohl Marken- als auch Eigenmarkenprodukte an. Über 4.000 Artikel des Sortiments sind dauerhaft für je 1 Euro und günstiger erhältlich. Jeden Monat hat TEDi 300 aktuelle Trendartikel im Programm.

Das Handelsunternehmen wurde 2026 erneut als Top Employer Germany zertifiziert. Soziale Verantwortung und Umweltschutz sind TEDi besonders wichtig. Ausgezeichnet günstig: Der Non-Food-Discounter ist laut WirtschaftsWoche „Deutschlands Preisfavorit 2026“ Nummer 1.

Für weitere Informationen:

TEDi GmbH & Co. KG | Abteilung „Public Relations“

Brackeler Hellweg 301 | D-44309 Dortmund

Tel.: +49 231 55577-1014 | Fax: +49 231 55577-5801

E-Mail: presse@tedi.com

Internet: tedi.com/unternehmen/profil/

