

Was Ladendiebe in Deutschland am liebsten klauen

17. Juni 2009, 17:12 Uhr

Auf jeden deutschen Haushalt kommen im Jahr gestohlene Waren im Wert von 50 Euro aus dem Einzelhandel – rein statistisch. Die Unternehmen beklagen fast vier Milliarden Euro Schaden jährlich. Die Hälfte der Summe lasten die Firmen unehrlichen Kunden an. Und die zeigen beim Ladendiebstahl bestimmte Vorlieben.



Beliebt bei Diebstählen: Im Bekleidungshandel stehlen Kunden laut den Unternehmen besonders gern Unterwäsche und Dessous



Nach Angaben des Handels haben unehrliche Kunden zuletzt einen jährlichen Schaden von rund zwei Milliarden Euro zulasten der Unternehmen verursacht. Im Schnitt – rein statistisch – kommen auf jeden der 40 Millionen Haushalte in Deutschland im Jahr 2008 gestohlene Waren im Wert von 50 Euro. Dies hat das [EHI](#) Retail Institute in Köln für die Studie „Inventurdifferenzen 2009“ ausgerechnet.

Die Handelsforscher, bezahlt von 500 Unternehmen aus der Branche, haben nach eigenen Angaben 78 Einzelhändler mit zusammen rund 12.500 Verkaufsstellen befragt. Ermittelt worden sind die Daten zum Ladendiebstahl anhand der Inventur in den Geschäften. Dabei wird im Prinzip die Zahl der vorhandenen Artikel mit den Sollbeständen – zum Beispiel anhand der Bestellungen – verglichen. Sind weniger Waren vorhanden, als es eigentlich sein müssten, liegt der Verdacht eines Diebstahls nahe.

Was Ladendiebe am liebsten klauen

Die Verursacher dieser Inventurdifferenzen können laut der Studie nur annähernd bestimmt werden. Nach Einschätzung der befragten Handelsexperten entfielen im Durchschnitt aller Branchen 53 Prozent auf Kundendiebstähle, während man den eigenen Mitarbeitern nur 23 Prozent anlastete, heißt es beim EHI. In Euro ausgedrückt: Waren im Wert von zwei Milliarden, gerechnet nach

Verkaufspreisen (mit Mehrwertsteuer) ließen Kunden mitgehen; für 900 Millionen Euro klauten die Beschäftigten nach Firmenangaben.

Der Rest entfällt auf Lieferanten, Servicekräfte und organisatorische Fehler, wie eine Sprecherin des Instituts berichtete. Die gesamten Differenzen summierten sich auf fast 3,9 Milliarden Euro oder knapp ein Prozent des Bruttoumsatzes.

Zu den am häufigsten geklauten Artikeln gehörten – im Lebensmitteleinzelhandel – kleine teure Waren wie Rasierklingen, Batterien, Tabakwaren, und solche, „deren Kauf peinlich sein könnte“, wie Kondome. Auch auf teuren Alkohol und Kosmetika hätten es die Diebe vor allem abgesehen. In den Modeläden stecken Kunden demnach öfter einmal Dessous ein, ohne zu bezahlen.

Generell gelte, was sich gut verkaufe, werde auch oft und gerne geklaut, heißt es in der Studie. Oft zählen demnach kleine, relativ teure Artikel, die sich leicht in der Kleidung oder in „mitgebrachten Behältnissen“ verstecken ließen.

Die Firmen erblicken in den Diebstählen ein gleichbleibend großes Problem, nicht zuletzt deshalb, weil durch die elektronische Erfassung der Waren die organisatorischen Differenzen in den vergangenen Jahren verringert worden seien. Für das Jahr 2009 gehen die befragten Handelsexperten sogar davon aus, dass allein die Kriminalität unter Kunden um durchschnittlich sechs Prozent zunimmt – „als Auswirkung der Wirtschaftskrise“, wie die EHI- Sprecherin voraussagt.

Die amtliche Kriminalitätsstatistik ([PDF](#)) ergibt ein anderes Bild. Nach Angaben des Bundesinnenministeriums gingen die Ladendiebstähle im Jahr 2008 um 3,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück: auf rund 396.000 erfasste Fälle. Knapp 93 Prozent der Täter konnten demnach überführt werden.

Angesichts der eigenen Befürchtungen rät das EHI den Mitgliedsunternehmen dazu, trotz kritischer Medienberichte weiter auf Überwachung und Kontrollen zu setzen. Der Großteil der befragten Händler greift der Studie zufolge heute schon auf Kameraeinsätze, darunter auch die verdeckte Videoüberwachung, zurück.

Allein im Lebensmittelhandel nutzen laut der Studie 67 Prozent der Unternehmen Kameras verdeckt, genau so häufig sind Video-Detektive unterwegs. Für solche und andere Maßnahmen zur Abnahme der Inventurdifferenzen gaben die Unternehmen laut EHI 2008 rund 1,1 Milliarden Euro aus.

Tabelle: Wie der Einzelhandel Kunden und Mitarbeiter überwacht

Sicherheitsmaßnahme gegen Inventurdifferenzen	Prozent
Mitarbeiterschulung	89
Datenauswertung Warenwirtschaft	79
Offene Kameraüberwachung	76
Testkäufe	66
Kassendatenauswertung	64
Artikelsicherung (z. B. Leinensicherung mit Kabel)	60
Diebstahlhemmende Verkaufsträger (z. B. verschlossene Vitrine)	53
Verdeckte Kameraüberwachung	49
Detektive ohne Kameraeinsatz	49
Detektive mit Kameraeinsatz	46
Wachleute	29
Quellensicherung (z. B. codierte RFID-Etiketten)	14

Quelle: EHI -Erhebung Inventurdifferenzen 2009, Basis 70 Unternehmen (branchenübergreifend)