

# Ladendiebstahl: Vorbeugen statt Aufgreifen

**Klaus Manz**

**Waren im Verkaufswert von knapp 2 Milliarden Euro verliert der deutsche Einzelhandel pro Jahr durch Ladendiebe. Mit technischen Sicherungen, Personalschulungen und anderen präventiven Maßnahmen versuchen die Händler, diesem teilweise existenziellen Problem beizukommen.**

Spätestens die Inventur, die jeder Händler einmal pro Jahr durchführen muss, bringt es an den Tag. Denn per Inventur wird ja unter anderem festgestellt, welcher Teil der Ware nicht über die Kasse abgeflossen ist. Im Durchschnitt der Handelsbetriebe macht diese sogenannte Inventurdifferenz knapp 1,1 Prozent des Umsatzes aus. Bezogen auf den gesamten Einzelhandel heißt dies, dass jährlich **Ware im Wert von knapp 4 Milliarden Euro** die deutschen Einzelhandelsgeschäfte auf diversen Wegen unbezahlt verlässt – so eine aktuell vom Kölner EuroHandelsinstitut durchgeführte Erhebung über Inventurdifferenzen im deutschen Einzelhandel 2002.

## Die Zahlen

Knapp die Hälfte dieses 4-Milliarden-Verlustes, so statistisch begründete Schätzungen, geht auf das Konto Ladendiebstahl durch Kunden. Für 20 bis 25 Prozent der Summe sind Diebstähle der Mitarbeiter verantwortlich. Ein Zehntel geht auf Delikte durch Lieferanten zurück, der Rest resultiert aus organisatorischen Fehlern. Was also den Ladendiebstahl durch Kunden betrifft: Statistisch gesehen, stiehlt jeder deutsche Haushalt somit jährlich Waren im Wert von 50 Euro im Einzelhandel. Allein auf den Lebensmittelhandel projiziert bedeutet das, dass jeder 200. Einkaufswagen unbezahlt an der Kasse vorbeigeschoben wird.

Polizei-notorisch werden dabei aber nur die wenigsten der Diebstähle. Die tatsächlich angezeigten Ladendiebstähle beliefen sich im Jahr 2002 auf 549 353 Fälle. Das ist nur die Spitze

des Eisbergs. Mehr als 90 Prozent aller Ladendiebstähle werden erst bemerkt, wenn der unbekannte Ladendieb unentdeckt den Laden wieder verlassen hat. Insofern besagt die in den letzten Jahren etwas rückläufige Zahl der angezeigten Ladendiebstahlsdelikte noch wenig. Die Klauer könnten auch raffinierter vorgegangen und einfach weniger häufig entdeckt worden sein. Und so mancher Einzelhändler sieht auch keinen rechten Sinn darin, einen ertappten Ladendieb anzuzeigen, weil diese Delikte erfahrungsgemäß immer noch nicht konsequent verfolgt und geahndet werden.

## Das Problem

Die durch Inventurdifferenzen festgestellten Verluste übersteigen in einigen Branchen und in vielen Betrieben den Unternehmensgewinn – dieser liegt zum Beispiel in den Supermärkten bei 0,95 Prozent vom Bruttoumsatz. Damit ist auch klar:

Gerade in Zeiten von Konsumschwäche und extrem dünnen Spannen wird Ladendiebstahl für etliche Handelsbetriebe existenzgefährdend. Für einen Kaufmann ist die Rechnung genauso einfach wie erschreckend: Ein einziger gestohlener Artikel muss je nach Spanne 10 bis 20 mal zusätzlich verkauft werden, um den Verlust dieses einen Artikels wieder einzufahren.

Beispiel: ein Rasier-Apparat im Verkaufswert von 150 Euro. Der Händler hat für ihn rund 90 Euro bei seinem Einkaufsverband bezahlt. 7,5 Euro Gewinn vor Steuern sollte der Rasierer nach Abzug der Kosten bringen. Der Händler müsste also 20 Elektrorasierer

mehr umsetzen, um den Einnahmeausfall aus dem Gewinn auszugleichen, mindestens aber 12 mehr, um die Rechnung seines Einkaufsverbands aus dem Gewinn bezahlen zu können.

## Die Täter

Ob Mutprobe unter Jugendlichen, ob lange vorbereitete Aktion eines Erwachsenen, spontane Mitnahme ohne Bezahlen als besonderer Thrill oder Diebstahl auf Bestellung, verübt durch organisierte Banden oder zum Teil durch angeleitete strafunmündige Kinder: geklaut wird in allen deutschen Unternehmen, besonders aber dort, wo Waren massenhaft vorhanden sind, im Einzelhandel. Über die Mehrzahl der Kunden weiß der Geschäftsinhaber kaum etwas, viele sieht er zum ersten Mal. Es gibt kein typisches Täterprofil. Ladendiebe entstammen allen Schichten der Gesellschaft. Die Besserverdiener kommen genauso in Betracht wie Stadtstreicher, Akademiker genauso wie Menschen ohne Berufsbildung. Man weiß es aus der Boulevard-Presse: Selbst Promis sind nicht immer gegen den Drang gefeit, etwas unbezahlt mitgehen zu lassen.

Ein wenig kann man aus der Altersgruppe auf die Bereitschaft zum Ladendiebstahl schließen. Je jünger, umso schlimmer könnte man vermuten. In den von der Detektei Mario Krupp zusammengestellten Daten entfielen 31 Prozent der bekannt gewordenen Ladendiebstähle auf die Altersgruppe bis zu 18 Jahren, obwohl diese Altersgruppe nur 19 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmacht. Doch vielleicht gehen die Kids nur ungeschickter vor und werden häufiger erwischt. Inzwischen weiß man auch, dass alle Artikel in gleicher Weise klau- und schwundgefährdet sind. Eine Vielzahl von Faktoren spielt dabei eine Rolle:

## Die lokalen Schwerpunkte

Beste Lagen und hohe Frequenz bedeuten leider auch ein höheres Ladendiebstahlrisiko. Die Tabelle der Ladendiebstahlhäufigkeit (gemeldete Fälle je 100 000 Einwohner) führen erwartungsgemäß Großstädte an. Im Jahre 2000 waren die ersten fünf Plätze an die ostdeutschen Städte Magdeburg, Halle, Schwerin, Potsdam und Erfurt vergeben, bevor als erste westdeutsche Stadt das eher harmlos eingeschätzte Freiburg folgte. Die ein-

wohnerstärksten westdeutschen Städte lagen weiter zurück, vermutlich, weil dort bereits in stärkerem Maße vorgebeugt wird.

### Die beliebtesten Artikel

Grundsätzlich eignet sich fast jeder Artikel als Diebesgut. Kleinteilige, aber hochwertige Ware wie Kameras oder teure Kosmetika sind keineswegs stets das begehrteste Objekt der Ladendiebe. Das Risiko scheint vielen potentiellen Langfingern zu hoch, denn diese Warengruppen sind meist besser gesichert. Häufig wird Ware von vergleichsweise geringem Wert gestohlen. Auf der Rangliste der entwendeten Artikel stehen nach Angaben des Landeskriminalamtes Berlin Kondome, Energielampen, Rasierklingen, Schreibwaren, Audiocassetten, Kopfhörer und Batterien ganz oben an. In 70 Prozent aller Fälle liegt der Wert der Diebstahlware unter 50 Euro, bei einem Viertel der Fälle sogar unter 5 Euro.

Nicht jede Warengruppe ist bei Ladendieben in gleicher Weise begehrt. Aus der Fixierung auf bestimmte Produktgruppen ergibt sich eine Häufung der Diebstahlschwerpunkte. Auf nur 5 bis 10 Prozent der Ware konzentrieren sich etwa 80 Prozent der Diebstähle. Gemessen am gestohlenen Warenwert führen Textilien, elektronische Erzeugnisse und Kosmetika das Ranking der Diebstahlrenner an, gefolgt von Drogerieartikeln, Werkzeug, Tabakwaren und Lebensmitteln. Entsprechend wird in Textilgeschäften, Drogerie- und Baumärkten etwa doppelt so häufig gestohlen wie in Supermärkten oder Discountern.

### Prävention

Eine ganze Reihe von Schwachstellen in Einzelhandelsbetrieben machen es Ladendieben relativ leicht, mit gestohlener Ware das Gebäude unbemerkt zu verlassen oder das Kassenspersonal durch raffinierte Manipulation (Etikettenveränderung, Verpackungstausch etc.) zu täuschen. Deshalb kann es auch keine Präventionslösung geben, die für alle Geschäfte den gleichen Erfolg verspricht.

Sicherheitsexperten sprechen sich daher stets für ganzheitliche Sicherheitssysteme aus, die die Komponenten Sicherheitstechniken, Mitarbeiter und Organisation umfassen. Ein integriertes Sicherheitskonzept, das mit

der Analyse der Schwachstellen der baulichen Sicherheit (Übersichtlichkeit, Anzahl der Ausgänge, Ausleuchtung) und der Warenwirtschaft (Wareneingang, Regalhöhe, Platzierung) beginnt, die organisatorischen Abläufe einbezieht, aus den Erkenntnissen ein Sicherheitskonzept erarbeitet, die Mitarbeiter dazu schult und mit einem Controlling-Programm endet: damit erreicht man meist eine wesentlich höhere Reduzierung der Inventurdifferenzen als verschiedene punktuelle Einzelmaßnahmen. Sicherheit ist Chefsache. Sie muss sorgfältig angegangen werden, damit sie sich auch rechnet.

### Die Technik

Im Mittelpunkt der Sicherheitstechnik steht heute neben der Kameraüberwachung die so genannte elektronische Artikelsicherung (EAS). Das Verfahren ist schon vor 30 Jahren in den USA entwickelt worden. Das Grundprinzip ist einfach. Jedes EAS-System besteht aus 3 Komponenten:

- aus 1 oder 2 Antennen mit Sensoren, die entweder an einer sichtbaren Ausgangsschleuse angebracht oder als digitale Loop-Antennen unsichtbar in Decken oder Wänden verlegt sind
- aus einem an der Ware angebrachten Sicherheitsetikett, in der Regel einem unscheinbaren Plastikstreifen, beschichtet mit verschiedenen magnetischen Materialien, an denen heute alle bewährten Tricks der Ladendiebe (Knicken, Einsatz eines Magneten, Abschirmen mit Folie) wirkungsvoll verpuffen
- aus einer Deaktivierungsvorrichtung an der Kasse, mit der die auf eine bestimmte Wellenlänge eingestellten Sicherheitsetiketten entfernt (wiederverwendbare Etiketten) oder alarmfrei geschaltet werden (Einmaletiketten).

### Die EAS-Systeme

Im Handel werden zur Zeit unterschiedliche EAS-Systeme eingesetzt, die unterschiedliche Vorteile und Schwächen aufweisen und keineswegs miteinander kompatibel sind. Ein Einzelhändler, der Vorsorge treffen will, muss sich folglich für ein System entscheiden. Er kann nicht mit Komponenten eines anderen Systems nachrüsten. Welches System „passt“, hängt vor allem von der Warengruppe und von den baulichen Gegebenheiten

ab. Folgende Systeme stehen zur Auswahl:

#### ■ Radiofrequenz-Technik (RF)

Funktionsweise: Spule oder Kondensator des Sicherungssystems erzeugen einen Schwingkreis mit charakteristischer Eigenfrequenz, der der Sendefrequenz der Antennenanlage entspricht. Wird die Sicherungsetikette in das elektronisch aufgeladene Feld geführt, bewirkt die Resonanzschwingung eine Feldänderung, die zum Alarm führt. Bei Deaktivierung an der Kasse wird der Schwingkreis irreversibel zerstört.

Bei Mittelstellung der Antenne können Durchgangsbreiten bis zu 4 m, bei getrennten Sende- und Empfangsantennen von 10 m und mehr überwacht werden. Den Vorteilen des Systems (geringe laufende Kosten, gute Durchgangsbreiten im Kassenraum, zuverlässige Distanzdeaktivierung, hohe Detektionsrate) stehen als Nachteile vor allem die Nichtanwendbarkeit bei Metallprodukten (Abschirmeffekt) und die relativ große Etikettengröße (mindestens 4 x 4 cm) gegenüber. Hauptanwendungsgebiet ist heute der Textileinzelhandel, aber auch der Lederwaren-, Schuh-, Schmuck-, Spielwaren-, Buch- oder Lebensmittelhandel.

#### ■ Elektromagnetische Technik (EM)

Die Technik basiert auf dem Metall-detektionsprinzip. In der Sicherheitsetikette befinden sich zwei magnetisierte Metallplättchen, die bei Eindringen in das Elektrofeld schwingen und Alarm auslösen. Die Deaktivierung geschieht an der Kasse durch Ummagnetisierung der Plättchen. Aktivierung und Deaktivierung können beliebig wiederholt werden.

Die Technik ist universell einsetzbar – auch bei Metallen und in der HiFi-/Tonträgerbranche. Fast alle Etiketten können verwendet werden. Einsatzgebiet sind alle Branchen, außer Textilien. Als Hauptnachteile werden die geringe Schleusenbreite und die Anfälligkeit für Umgebungseinflüsse (häufige Fehlalarme) genannt.

#### ■ Akustomagnetische Technik (AM)

Bei AM-Systemen enthalten die Hart- oder Klebeetiketten zwei Metallplättchen, die von den Antennen in Eigenschwingung versetzt werden. Da diese Schwingung Platz benötigt, sind AM-Etiketten mindestens 1,5 mm dick und mit Kunststoff ummantelt. Die Durchgangsbreite beträgt maximal 1,5 m. An den Ausgängen zur Straße werden mehrere Systeme aneinander gereiht werden müssen. AM-Systeme eignen sich für alle Warengruppen,

mit Ausnahme magnetischer Datenträger. Bemängelt werden die vergleichsweise hohen Systemkosten und der Umstand, dass die Detektion durch Eindrücken des Sicherheitsetiketts verhindert werden kann.

#### ■ Autoaktive Technik (AA)

Bei dieser Technik lösen die mit einem akustischen Alarmgeber versehene Etiketten nicht nur bei der Ausgangskontrolle Alarm aus, sondern auch dann, wenn am Etikettenkörper manipuliert oder versucht wird, das Etikett von der Ware zu trennen. Die Technik verwendet Batterien von beschränkter Lebensdauer, hat einen hohen Preis und wird deshalb nur bei hochwertiger Ware (Pelze, Lederwaren etc.) verwendet.

#### Die Anbieter

Besonders auf dem Gebiet der Sicherheitsetiketten hat sich in den letzten Jahren einiges getan. Sie sind heute viel schwerer zu manipulieren, lösen kaum noch Fehlalarm aus und

sind raffinierter geworden. Für Textilien ist z. B. ein Sicherheitsetikett mit Tintenfüllung entwickelt worden, das bei unsachgemäßer Entfernung einen nicht mehr auswaschbaren Farbfleck erzeugt und die gestohlene Ware faktisch wertlos macht. Tonträger und Kleingeräte können in transparenten Kunststoffboxen eingeschlossen und mit nicht entfernbaren Etiketten versehen werden. Im Prinzip gibt es heute für jeden Sicherheitsbedarf die passgenaue Technik. Es gibt in Deutschland weit mehr als ein Dutzend Systeme und eine Handvoll Spezialisten für einzelne Komponenten. Die Marktführer sind mittelständische Unternehmen.

#### Die Verbreitung

EAS-Systeme haben in Deutschland längst nicht den erwarteten Markt erzielt. **Nicht einmal 10 Prozent** der Läden sind in Deutschland **mit dieser Warensicherungstechnologie ausgerüstet**. In mittelständischen Betrieben

sind sie die Ausnahme. Deutschland unterscheidet sich insofern deutlich von den USA, Frankreich oder den Niederlanden, wo EAS-Systeme eher zur Standardausrüstung gehören.

Die meisten deutschen Einzelhändler **scheuen** wohl die verhältnismäßig **hohen Kosten**. Sie zweifeln ein gesundes Kosten-Nutzen-Verhältnis an – auch wenn die Anbieter in ihren Modellrentabilitätsrechnungen anderes versprechen. Der Tenor der Modellrechnungen: Bei fast jeder Größe ist der return on investment in weniger als einem Jahr erreicht. Einen so kurzen Amortisationszeitraum erreicht nur selten eine Investition. Der Händler muss aber zunächst einmal das Geld für die einmaligen Investitionskosten (bei mittelständischen Betrieben 2500 bis 10000 Euro) aufbringen.

*Klaus Manz  
Jülicher Straße 31  
53919 Weilerswist  
E-Mail: k.manz@t-online.de*