

Finger weg!

WAS TUN GEGEN LADENDIEBSTAHL?

Vier Milliarden Euro Verlust im Einzelhandel durch Ladendiebstahl in 2014 – eine bittere Zahl, wie Fachautor Hans Günter Lemke findet. Doch mit seinen Tipps kann dem Klau im Laden erfolgreich vorgebeugt werden.

370.000 angezeigte Ladendiebstähle allein in Einzelhandel in 2014 – wieder ein Anstieg zum Vorjahr, doch dabei liegt die Dunkelziffer sicher um Einiges höher, da die meisten Diebstähle nicht erkannt oder nicht angezeigt werden. Auch für 2016 sagen alle Prognosen eine steigende Zahl von Diebstählen und Betrügereien voraus. Neben dem 'klassischen' Ladendiebstahl bereitet dem Einzelhandel seit rund zwei bis drei Jahren die steigende Zahl der Warenbetrügereien Sorgen. Hier wurden in 2014 bereits 300.000 Fälle registriert. Der Gesamtwert der Verluste liegt damit bei rund vier Milliarden Euro. Der Einzelhandel

muss sich also zukünftig noch mehr mit diesem Thema beschäftigen.

WIE ERKENNE ICH LADENDIEBE?

Viele Ladendiebe machen durch bestimmte Verhaltensweisen auf sich aufmerksam. Das liegt daran, dass immer noch die meisten Ladendiebe 'normale' Kunden und häufig sogar Stammkunden sind.

Folgende Signale können auf einen unehrlichen Kunden schließen, und der Kunde sollte dann zumindest im Auge behalten werden:

› Ziellooses und unentschlossenes Um-

herlaufen im Geschäft: Der Kunde hat zum Beispiel schon ein Parfum in der Hand und wechselt auffällig häufig die Abteilungen

- › Unruhiges und misstrauisches Beobachten von Käufern und Verkäufern (der ehrliche Kunde interessiert sich eher für die Ware und nicht für sein Umfeld)
- › Genaues Verfolgen aller Vorgänge im Verkaufsraum, und der Kunde sucht häufig Blickkontakt mit einem Verkaufsmitarbeiter
- › Langes, eingehendes Betrachten der Ware und längeres Stehen vor einem Verkaufsstand oder Regal
- › Der Kunde lässt sein Blicke beim Be-

AKTIVES ANSPRECHEN VERHINDERT SO MANCHEN DIEBSTAHL

HANS GÜNTER LEMKE

treten des Geschäftes auffällig häufig in Richtung Aus- und/oder Einfang schweifen: Ein möglicher Ladendieb sucht nach Fluchtwegen oder offenen Türen auch im Verkaufsraum

- › Viele Ladendiebe bevorzugen es, keinen Einkaufswagen oder Korb zu nehmen. Achten Sie deshalb auf Kunden, die mehrere Artikel in der Hand halten. Wenn Sie dies bemerken, bieten Sie aktiv einen Einkaufskorb oder eine 'Haustasche' an. Der mögliche Dieb fühlt sich eher erkannt, und der ehrliche Kunde freut sich über aufmerksame Mitarbeiter. Dazu kommt der psychologische Effekt, dass ein Kunde mit einem Ein-

kaufsbehältnis mehr kauft als der Kunde ohne

- › Achten Sie besonders auf Kunden, die Handtaschen (Rucksäcke bei Jugendlichen) nicht verschlossen haben. Gehen Sie offen und freundlich auf den Kunden zu und weisen sie ihn darauf hin, dass seine Handtasche nicht verschlossen ist. Der ehrliche Kunde freut sich über Ihre Aufmerksamkeit; der mögliche Ladendieb ärgert sich
- › Eine Kundengruppe schirmt sich gegenseitig ab. Dieses Verhalten ist häufiger bei Jugendlichen zu beobachten. Dann am besten sofort ansprechen: "Kann ich etwas für Sie/Euch tun?"

Doch was tun, wenn ein Dieb mit gestohler Ware abhaut? Das Gesetz erlaubt hier die 'vorläufige Festnahme' (§ 127 Strafprozessordnung):

"Wird jemand auf frischer Tat betroffen oder verfolgt, so ist, wenn er der Flucht verdächtig ist oder seine Identität nicht sofort festgestellt werden kann, jedermann befugt, ihn auch ohne richterliche Anordnung vorläufig festzunehmen."

Doch es ist trotzdem immer anzuraten: Vorsicht ist geboten! Bringen Sie sich nicht selbst in Gefahr. Eigensicherung geht immer vor Warensicherung!

DIE RECHTSLAGE

Doch wann ist ein Ladendiebstahl eigentlich vollendet? Hier gibt es sehr unterschiedliche Aussagen: Die meisten Menschen denken, ein Ladendiebstahl sei erst vollendet, wenn der Kunde an der Kasse 'vorbei' ist. Das stimmt nicht ganz. Der Diebstahl ist vollendet, wenn der Kunde eine Ware schon im Verkaufsraum in seine 'Gewahrsamsenklave' (Besitzdienerschaft) bringt. Wo die Kasse in einem Betrieb steht, spielt bei der Ausübung der Straftat keine Rolle.

Dass häufig von der Kasse die Rede ist, liegt daran, dass der Händler meist wartet, bis der Ladendieb an der Kasse vorbei ist, bis er diesen anspricht. Das ist auch die richtige Vorgehensweise, sollte es zu einer späteren Strafanzei-

gen kommen. Zur sofortigen Diebstahlvorbeugung ist es sinnvoller, den Kunden schon beim Verdacht (es wird gesehen, dass der Kunde eine Ware in seine Privattasche steckt) anzusprechen. Beispiele: "Darf ich Ihnen helfen?", "Was kann ich für Sie tun?", "Soll ich Ware schon an die Kasse bringen?". Der Kunde merkt dann, dass Sie ihn bemerkt haben und lässt eher die Finger vom Klauen. Mitarbeiter haben auch nicht immer Zeit, dem möglichen Dieb hinterher zu laufen, was auch eine längere Zeit beanspruchen kann, wenn es sich um ein großes Fachgeschäft handelt.

DIE HÄUFIGSTEN TRICKS

Verkaufsmitarbeiter sollten die häufigsten Tricks der Diebe kennen und erkennen:

Die gängigste Methode:

Die Ware verschwindet direkt in der Einkaufstasche, großen Handtaschen, Rucksäcken, in großen Manteltaschen oder weiten, offenen Jacken. Diese einfache Methode kommt in über 90 Prozent der Fälle zum Einsatz. Sie betrifft vor allem Gelegenheitsdiebe (also Täter, die zum ersten Mal auffällig geworden sind), deren Zahl deutlich angestiegen ist.

Vorbeugung: Als Mitarbeiter aufmerksam sein und Kunden aktiv ansprechen. Auch die freundliche Begrüßung kann einem möglichen Dieb schon signalisieren, dass er wahrgenommen wird.

Der Ablenkstrick mit mehreren Kunden:

Dabei handelt es sich um eine Methode, die gerne in kleineren Parfümerien angewandt wird. Während eine Person die Aufmerksamkeit des Verkaufspersonals auf sich lenkt, begehen in der Zwischenzeit die Komplizen den Ladendiebstahl. Oder: Eine Person fragt nach dem Artikel, der nicht im Verkaufsraum, sondern im hinteren Geschäftsbereich oder im Lager vorrätig ist. Dadurch muss das



Verkaufspersonal den Verkaufsraum für eine kurze Zeit unbeaufsichtigt lassen, um den Artikel zu holen.

Im Karton teuer gegen billig:

Rechtlich handelt es sich hier um einen Warenbetrug, wenn ein Mitarbeiter dies sieht und den Kunden nach der Kasse anspricht. Beispiel: An der Kasse bezahlt der Kunden ein günstiges Parfum für 15 Euro. Im Karton befindet sich jedoch wesentlich hochwertigere Ware für zum Beispiel 70 Euro. Kassenmitarbeiter sollten hier immer genau kontrollieren.

Der Zupacken-Trick:

Dieser Trick stellt ebenfalls einen Warenbetrug dar, würde man den Vorsatz beweisen können, was leider selten möglich ist: Gekaufte Hohlkörper wie Plastikkörbe oder Accessoires Taschen werden mit gestohlener Ware aufgefüllt. Betrüger bereiten diesen Trick meist in unüberschaubaren Ladenbereichen oder in Nebenräumen (Kundentoiletten, Schminkkabinen) vor.

Der Zeitschriften-Trick:

Hier wird zum Beispiel ein hochwertiges Parfum in die Kundenzeitschrift gesteckt, die häufig in einem Geschäft frei ausliegen. Besser und sicherer ist es, kostenlose Magazine dem Kunden an der Kasse persönlich mitzugeben. Dies vermittelt dem Magazin auch eine höhere Wertigkeit.

Der Umetikettier-Trick:

Dieser Trick ist strafrechtlich eine Urkundenfälschung, sollte der Betrüger vor Ort erwischt werden. Häufig lassen unachtsame Mitarbeiter Preisauszeichnungsgesetze im Geschäft liegen. Dies kann dann leicht von Betrügern genutzt werden, sich die Preise selbst zu machen. Alle Geräte sollten daher immer verschlossen und nur für Mitarbeiter zugänglich sein. Auch möglich: Scanneretiketten werden einfach vertauscht. Wichtig ist zu wissen, dass der Preis am Verkaufsregal eine Preisangabe darstellt und nur der Preis in der Kassenanzeige und auf dem Kassenschein rechtlich gilt.

Der Kinderwagen-Trick:

Ein Kinderwagen ermöglicht es, eine große Anzahl an Artikeln zu entwenden. Die Ware wird aus Platzmangel auf die untere Ablage gelegt. Oft wird dann das Bezahlen der Ware an der Kasse 'vergessen'. Daher als Verkäufer immer aufmerksam bleiben, wenn Vater oder Mutter auffällig häufig mit Ware in der Hand zum Kinderwagen gehen. An der Kasse genau beobachten, auf anhängende Taschen achten und eventuell nachfragen. Auch prüfen, ob ein Kind etwas in der Hand hält.

FAZIT

Um auch in Zukunft Ladendiebstählen vorzubeugen und Inventurergebnisse zu verbessern, sollten regelmäßige Maßnahmen durchgeführt werden:

- › regelmäßige Schulungen, mindestens einmal im Jahr
- › unregelmäßige Testeinkäufe, um die Mitarbeiter für auffälliges Verhalten zu sensibilisieren
- › Einsatz von Warensicherung und/oder Videoüberwachung
- › Anbringen von Warnschildern oder Kameraattrappen zur Diebstahlvorbeugung
- › immer wieder Zweit- und Aktionsplatzierungen überprüfen: stehen diese eventuell schlecht einsehbar, ist genügend Licht vorhanden, und keine zu hochwertigen Waren im Außen- und Eingangsbereich



**HANS
GÜNTER
LEMKE**

arbeitet nach fast 20jähriger Tätigkeit als Führungskraft und Ausbilder in verschiedenen Handelsunternehmen seit 1998 als selbstständiger Handelsberater für den Einzel- und Fachhandel und die Konsumgüterindustrie. Er erarbeitet Trainingskonzepte zu den Schwerpunktthemen Kundenorientierung und Kundenbindungsmaßnahmen, optimale Warenpräsentation und Maßnahmen zur Inventurverbesserung wie Diebstahlvorbeugung. Seit 2002 sind von ihm mehrere Bücher und CDs zum Selbsttraining erschienen; seit 2003 ist er Berater und Trainer für die beauty alliance, bei der im Herbst wieder Tagesseminare mit Hans Günter Lemke stattfinden.
Infos unter: www.lemke-training.de