

Vorsicht Langfinger!

Die Tricks der Diebe und Betrüger im Getränkfachhandel

391 000 angezeigte Ladendiebstähle allein im Einzelhandel im vergangenen Jahr 2015. Das war ein neues „Hoch“ beim Ladendiebstahl. Auch im Fachhandel ist der Ladendiebstahl wieder angestiegen und es muss „leider“ auch in 2016 und 2017 mit erhöhten Zahlen der Straftaten gerechnet werden.

Aber warum klauen so viele Menschen überhaupt? Welche Motive sind vorrangig? Zu den Hauptmotiven zählen Geiz und Habgier, Geltungssucht – es werden Artikel gestohlen, die im „Trend liegen“ oder die man sich nicht leisten kann.

„Bestätigungsdrang“ meist durch eine Gruppe von Menschen (häufig ein vorrangiges Motiv bei Jugendlichen), Spaß und Lust am Klauen (leider immer häufiger bei prominenten Personen zu beobachten – was sicher nicht gerade vorbildlich ist und auch den einen oder anderen mehr zum Klauen verleitet) sind ebenso Motive. Finanzielle oder soziale Nöte runden die Motive ab.

Statistiken zeigen weiterhin auf, dass ca. 62 Prozent aller Ladendiebstähle von Männern begangen werden und ca. 38 Prozent durch Frauen. Warum hier so ein gravierender Unterschied ist, ist

nicht eindeutig belegbar. Interessant ist auch der Aspekt, dass im Einzelhandel die Diebstähle in über 50 Prozent der bekannten und angezeigten Fälle, von bekannten Kunden, meist sogar von Stammkunden, ausgeführt worden sind.

Die meisten Menschen haben bestimmte „Bilder vor Augen“, wenn sie an einen Ladendieb oder Betrüger denken. Wenn Sie heute jemanden „auf der Straße“ fragen, wer klaut in Deutschland am häufigsten, kommen meist Aussagen wie „alle Jugendlichen“ oder auch „die Ausländer klauen viel“.

Diese Aussagen sind falsch und nicht ganz vorurteilsfrei. Es gibt sicher Regionen in unserem Land, in der Ausländer oder auch junge Menschen einen größeren Bevölkerungsanteil haben und somit auch statistisch mehr „auffallen“.

Im Allgemeinen ist es jedoch so, dass Ladendiebe aus allen sozialen Schichten und Altersgruppen kommen. Klauen tut (kann) jeder und jede!

Übrigens: Die in der Öffentlichkeit sogenannte „Sucht zum Stehlen“ (Kleptomanie) spielt bei den Ladendiebstählen immer noch eine untergeordnete Rolle. Diese Krankheit ist häufig auch eine Ausrede von Ladendieben, die sich die gestohlenen Waren hätten auch leisten können.

Geklaut wird zu jeder Zeit!

Es ist auf jeden Fall klar erkennbar, dass der „Trend“ mehr in die späteren Stunden der Ladenöffnungszeiten geht. Dies hat sicher auch damit zu tun, dass Geschäfte heutzutage länger geöffnet haben und häufig ab dem späten Nachmittag weniger Personal auf der Fläche ist.

Ein weiterer Grund ist sicher auch, dass viele Geschäfte zu späteren Ladenzeiten auch weniger Verkaufspersonal zur Verfügung haben.

Dies wird erfahrungsgemäß besonders von professionelleren Ladendieben ausgenutzt. Außerdem darf nicht vergessen werden, dass viele Mitarbeiter in den Geschäften zum „Feierabend“ hin unaufmerksamer und unkonzentrierter sind als in den ersten Stunden zu Beginn ihrer Tätigkeit (was natürlich verständlich ist).

Die Monate mit den höchsten Diebstahlquoten sind März, April, November und Dezember.

In vielen Geschäften ist es mittlerweile so, dass gerade im Weihnachtsgeschäft ab Mitte November bis Ende Dezember über 50 Prozent aller angezeigten oder erkannten Ladendiebstähle aufgefallen sind. Deshalb gilt es an diesen Tagen und Wochen, das Verkaufspersonal besonders zu sensibilisieren.

Die aktive Begrüßung eines Kunden, der ein Geschäft betritt, ist auch ein Mittel zur Diebstahlvorbeugung. Sie wissen nicht, ob der Kunde ehrlich ist oder nicht. Mit Ihrer Begrüßung signalisieren Sie ihm jedoch sofort: „Ich habe dich bemerkt bzw. wahrgenommen.“

Deshalb ist es notwendig, dass Mitarbeiter Verhaltensweisen und vor allem die aktuellen Tricks und Betrügereien der Diebe kennen und erkennen, um Inventurzahlen und Verluste im „Rahmen“ zu halten.

Denn: Wenn die häufigsten Tricks allen Mitarbeitern bekannt sind, ist die Chance sehr groß, dass Ladendiebe um ein aufmerksames Geschäft einen „großen Bogen“ machen.

Hans Günter Lemke



Er ist seit 1998 als selbstständiger Trainer, Buchautor und Handelsberater vorrangig im Einzelhandel tätig. Seit 2003 ist er auch für die Beauty Alliance und deren Mitgliedsparfumerien tätig. Des Weiteren wurden bereits Unternehmen wie Edeka, POCO, Kaufhof, Rewe/Penny, toom sowie Modehäuser für die Katag AG erfolgreich beraten oder trainiert. Seine Schwerpunktthemen sind: erfolgreiche Diebstahlvorbeugung Kunde/Mitarbeiter, mehr Umsatz mit Freundlichkeit erreichen, aktiver Zusatzverkauf erfolgreich am POS, mehr Umsatz mit optimaler Warenpräsentation. Er ist unter anderem seit 2005 freiberuflicher Anwendungsberater und Trainer der ADT Sensor-matic mit Sitz in Ratingen in der Thematik Waren-sicherung und Einsatz von Videoüberwachung in Betrieben.
Infos unter: www.lemke-training.de.

Die einfache und gebräuchlichste Methode ...

... nicht nur in der „kälteren“ Jahreszeit: Die Ware verschwindet direkt in der Einkaufstasche, in großen Manteltaschen oder weiten offenen Jacken. Diese einfache Methode kommt in über 90 Prozent der Fälle zum Tragen.



Es betrifft die sogenannten „Gelegenheitsdiebe“, die heutzutage wieder wesentlich mehr geworden sind, also Täter, die zum ersten Mal „aufgefallen“ sind. Auch „verschwindet“ immer mehr in großen Handtaschen oder Rucksäcken.

Vorbeugung:

Aufmerksame Mitarbeiter, die Kunden aktiv ansprechen. Auch die freundliche Begrüßung kann einem möglichen Dieb schon signalisieren, dass er „wahrgenommen“ wurde.

Der „Ablenkungstrick“ mit mehreren Kunden

Es handelt sich dabei um eine Methode, die gerne beim Ladendiebstahl durch mehrere Personen 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 bzw. auf Lager vorrätig ist. Dadurch muss das Verkaufspersonal den Verkaufsraum für eine kurze Zeit unbeaufsichtigt lassen, um den Artikel zu holen.

Vorbeugung:

Immer Kollegen holen und den Kunden nie allein lassen.

„Teuer gegen billig“ im Karton

Diese Methode sei an einem einfachen Beispiel erläutert: An der Kasse bezahlt der Kunde eine günstigere Spirituose. Im Karton befindet sich jedoch eine wesentlich hochwertigere für 20 Euro.

Vorbeugung:

Immer an der Kasse die Ware „in die Hand“ nehmen und genau kontrollieren.

Der „Austausch-Trick“

Dieser Trick stellt einen Warenbetrug dar, würde man den Vorsatz beweisen können, was leider selten möglich ist. Betrüger bereiten diesen Trick meist in unüberschaubaren Ladenbereichen oder in Nebenräumen (z. B. Kundentouilletten) vor.

Der Kunde packt zwei Getränkekisten übereinander und tauscht in der unteren Kiste zwei Wasserflaschen mit zwei hochwertigen Spirituosen aus.

Vorbeugung:

Was tun, wenn der Kassensmitarbeiter einen „versteckten“ Artikel bei der genauen Kontrolle findet? Die „freche“ Lösung: Den Artikel mit „abschneiden“. Bezahlte der Kunde den Zusatzartikel ohne Widerworte mit, dann wissen Sie zumindest, dass er betrügen wollte. Die „Softlösung“: Sie fragen den Kunden freundlich, ob er die Spirituosen auch haben will. Bezahlte er, wissen Sie auch Bescheid und können zumindest ihre



Kollegen vor dem unehrlichen Kunden warnen, wenn dieser wieder in das Geschäft kommt. Auch das ist Vorbeugung.

Natürlich kann die Reaktion auch vom Kunden sein, dass er meint, dass die Spirituosen schon vorher in der Kiste waren und er es nicht bemerkt hat.

Hier gilt, keine Diskussion anfangen, sondern Artikel beiseitelegen und keine Widerworte geben. Sollte der Kunde versucht haben, uns zu betrügen, wird er es beim nächsten Einkauf wohl nicht

mehr versuchen. Der Dieb wird eher nichts sagen, da er froh ist, keine Strafanzeige zu bekommen, da Sie den Diebstahl nicht gesehen und trotzdem verhindert haben.

Der „Einkaufswagen-Trick“

Ein Beispiel aus der Praxis verdeutlicht diese Methode: Unter der Getränkekiste befindet sich noch eine Zeitschrift. Auch sehr beliebt bei Streusalz und Blumenerden, die viele Getränkehändler anbieten.

Vorbeugung:

Dieser Trick fordert immer mehr die Aufmerksamkeit der Kassensmitarbeiter. Genaue Kontrolle, auch wenn es an der Kasse „voll“ ist.



Der „Zeitschrift in Zeitschrift-Trick“

Ein z. B. hochwertiges Modemagazin wird in eine wesentlich günstigere Zeitschrift gesteckt. Sehr beliebt mit kostenlosen Kundenmagazinen, die häufig in einem Geschäft „frei herum liegen“.

Besser und „sicherer“ ist es, kostenlose Magazine dem Kunden immer an der Kasse persönlich zu übergeben. Dies hat auch eine höhere Wertigkeit für das Magazin.

Trick: Grusskarte in Zeitschrift

Vorbeugung:

Ansonsten immer Verkaufsmagazine und Bücher auf „Inhalte“ hin kontrollieren.



Der „Umetikettier-Trick“

Dieser Trick ist strafrechtlich eine Urkundenfälschung, sollte der Betrüger vor Ort „erwischt“ werden. Häufig lassen unachtsame Mitarbeiter Preisauszeichnungsgeräte im Geschäft liegen. Dies kann dann leicht von Betrügern genutzt werden, sich die Preise „selbst zu machen“. Die Preisauszeichner sind heutzutage selbst für Laien leicht zu benutzen. Alle Preisauszeichnungsgeräte in einem Geschäft sollten immer verschlossen und nur für Verkaufsmitarbeiter zugänglich sein. Auch möglich, dass Scanneretiketten einfach vertauscht werden. 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 „Vertrauenstrick“

Besonders bei den sogenannten „Stammkunden“ ist diese „Masche“ beliebt. Bei Außenplatzierungen: Der Kunde geht z. B. an die Kasse und sagt, „bitte ziehen Sie mir fünf Säcke vom Streusalz ab“. Der Kunde nimmt dann aber sechs Säcke mit.

Vorbeugung:

Immer vom Kunden die Ware zum Vorzeigen an die Kasse bringen lassen oder bei schweren Artikel geht ein Kollege mit.

Oder: Der Kunde hat einen Mengenartikel, beispielsweise sechs Grußkarten. Er gibt dem Kassensmitarbeiter nur eine Karte in die Hand. Der Mitarbeiter vertraut der „angesagten“ Menge des Kunden und zählt nicht nach.

Vorbeugung:

Ware in die Hand nehmen und nachzählen.

Der „Kinderwagen-Trick“

Ein Kinderwagen ermöglicht es, eine große Anzahl Artikel zu entwenden. Die Ware wird aus Platzmangel „notwendigerweise“ auf die untere Ablage gelegt. Oft wird dann das Bezahlen der Ware an der Kasse „vergessen“?!

Vorbeugung:

Immer aufmerksam bleiben und beobachten, wenn der Vater oder die Mutter auffällig häufig mit Ware in der Hand zum Kinderwagen geht. An der Kasse genau beobachten – auf anhängende Taschen achten und evtl. nachfragen. Auch prüfen, ob ein Kind etwas in der Hand hält.

Der „Helm-Trick“

Der „Kunde“ kommt mit einem Motorrad- oder Schutzhelm in das Geschäft und steckt, wenn er nicht beobachtet wird, Waren in den Helm. An der Kasse



wird nur angegeben, was der Kunde in der Hand hält. Ein beliebter Trick für Kleinartikel aller Art.

Vorbeugung:

Aufmerksam bleiben und beobachten, wenn es nicht möglich ist, dass der Kunde seinen Helm im Geschäft zur Aufbewahrung abgeben kann.

Fazit

Schulen Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig in dem Thema. Nur so bleiben Sie immer sensibel und erkennen rechtzeitig mögliche Diebstähle.

Noch mehr Infos zum Thema unter: www.lemke-training.de

