

TERMINE

EINZELHANDEL

14.03. bis 30.05.

Mannheim, Trautz GmbH
Zusatzmärkte mittwochs
Kontakt: www.trautz.de

28.04. bis 29.04.

Gundelfingen, Rosenschloss Schlachtegg
FdF Seminar „Kreativseminar für engagierte Jungfloristen“
Kontakt: www.floristenverband-bayern.de

28.04. bis 29.04.

Sachsen, landesweit
20 Jahre „Blühendes Sachsen“ – Tage der offenen Gärtnereien
Kontakt: www.bluehendes-sachsen.de

02.05.

Gelsenkirchen, FloristPark
FdF-Seminar „Sträuße & Gestecke für Anfänger“
Kontakt: www.floristik-nrw.de

02.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Brautstrauß für die junge Braut
Kontakt: www.blumenzentrale.de

03.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Brautstrauß in zwei Formen (abfließend und Biedermeier)
E-Mail: www.blumenzentrale.de

04.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Moderne Tischdekoration für die Hochzeit
Kontakt: www.blumenzentrale.de

05.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Autoschmuck für die Hochzeit
Kontakt: www.blumenzentrale.de

05.05. bis 06.05.

Parsdorf, Straubing, Lindau, Bayerische Blumen Zentralen
Beet- und Balkonsaison mit Schwerpunkt „Insektenfreundliche Pflanzen aus der Region“
Kontakt: www.blumenzentrale.de

06.05.

Stuhr, Abholmarkt Vosteen
Verkaufsoffener Sonntag
Kontakt: www.vosteen.de

09.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Sommerliche Sträuße
Kontakt: www.blumenzentrale.de

10.05.

Mannheim, Trautz GmbH
Christi Himmelfahrt – Zusatzmarkt
Kontakt: www.trautz.de

16.05.

Neustadt-Speyerdorf, Trautz GmbH
Sommerevent
Kontakt: www.trautz.de

16.05.

Parsdorf, Bayerische Blumenzentrale
Attraktive sommerliche Türkränze
Kontakt: www.blumenzentrale.de

26.05. bis 27.05.

Gelsenkirchen, Floristpark
FdF-Lehrerfortbildungstagung 2018
Kontakt: www.fdf.de

Kurzfristige und weitere Termine unter www.taspo.de

Aufmerksame Mitarbeiter sind der beste Diebstahlschutz

Bei großen Differenzen zwischen Sollbestand und tatsächlich vorhandener Ware haben meist Ladendiebe ihre Finger im Spiel. Nach einer Statistik des EHI Retail Instituts in Köln verantworten sie 56 Prozent des Schadens, der jährlich in Millionenhöhe im Handel entsteht. Unehrlische Mitarbeiter zeichnen für mehr als 20 Prozent der Inventurdifferenzen verantwortlich, Lieferanten und Servicekräfte noch einmal für gut sieben Prozent. Etwa 16 Prozent der Schadenssumme entsteht schließlich durch organisatorische Mängel wie falsche Produktauszeichnungen. Über das große Problem des Ladendiebstahls sprach die TASPO mit Hans Günter Lemke, Berater und Trainer der Branche. Von **Verena Groß**



Einige Gartencenter haben auch Spirituosen im Sortiment. Für Langfinger eine willkommene Ware: Sie lassen sich leichter stehlen als Pflanzen und sind oft wertvoller.

Foto: Fotolia

Herr Lemke, wie groß ist Ihrer Meinung nach das Problem Ladendiebstahl im Gartenhandel?

Extrem groß! Das merke ich zum einen daran, dass seit etwa sechs Jahren Schulungen in der Branche stark nachgefragt werden. Ich berate seit 21 Jahren zum Thema Diebstahl, und lange war der Gartenhandel gar nicht präsent. Im Gegensatz übrigens zu den Baumärkten, die das Thema schon seit langem auf der Agenda haben.

Dass die Nachfrage so angestiegen ist, hat viel damit zu tun, dass die einzelnen Artikel hochwertiger werden. Während das Sortiment früher überwiegend aus Blumen und Pflanzen bestand, hat es sich in großen Gartencentern doch sehr gewandelt. Dort gibt es jetzt zum Beispiel auch Spielwaren, luxuriöse Dekorationsartikel und Bücher. Auch verkaufen Gartencenter heute vielfach Feinkost, Weine aus der Region und Gewürze. Das sind alles Artikel, die sich nicht nur leichter stehlen lassen als eine Pflanze, sondern die durch einen hohen Preis auch attraktiv sind. Auch Tierbedarf wird häufig gestohlen. Die Diebstahl-Statistik für Deutschland und Österreich zeigt, dass die Zahl der Ladendiebstähle in den vergangenen drei bis vier Jahren auffällig angestiegen ist. Da geht es nur um zur Anzeige gebrachte Fälle, wobei es meistens gar nicht dazu kommt. Wird jemand dabei erwischt, wie er eine Gartenschere klauen wollte, wird häufig nicht die Polizei gerufen, sondern nur ein Hausverbot ausgesprochen.

Was wird gestohlen und wer stiehlt?

Es werden vor allem hochwertige Artikel gestohlen, damit sich das Risiko lohnt. Hat der Händler günstige Gar-

tenscheren für 3,99 Euro im Angebot und Markenware für 60 bis 70 Euro, klaut der Dieb das teure Produkt. Und zwar sehr viel häufiger, je unbeobachtet sich ein Kunde fühlt. Sprechen Mitarbeiter Kunden an, sind sie freundlich und hilfsbereit, verhindert dies auch Ladendiebstahl.

Stehlen tut jede Bevölkerungsgruppe, der Mann im Anzug, die Mutter mit Kinderwagen und der Rentner. Logischerweise ist bei Leuten, die weniger Geld haben, die Neigung zum Diebstahl ausgeprägter. Auf-

fällig in der Statistik ist, dass Kinder und Jugendliche viel weniger stehlen als früher. Ein Grund ist sicherlich, dass die Zehn- bis 17-Jährigen heutzutage mehr Taschengeld zur Verfügung haben. Wenn sie etwas mitgehen lassen, dann hochwertige elektronische Geräte. Lebensmittel – auch Süßwaren – steckt heute kaum noch ein Heranwachsender heimlich ein. Auch die früher verbreitete Mutprobe „Geh in den Tante-Emma-Laden und versuch etwas zu klauen“ ist außer Mode gekommen.

Wie sieht es mit anderen Betrügereien durch Kunden aus?

Warenbetrug ist rechtlich schwerwiegender als Diebstahl. Wenn der Kunde beispielsweise einen Rosendünger kauft und steckt etwas Kleines in die Packung, ist das Betrug. Oder zwischen zwei Säcken Blumenerde in der unteren Ablage liegt noch verborgen ein dritter, kleinerer Sack, ein teurer Bohrer oder ein Fachmagazin. Der Kunde setzt dann

darauf, dass die Kassiererin nicht aufsteht und kontrolliert. Auch ein typisches Szenario aus dem Gartencenter: Der Kunde hat 33 Primeln im Wagen, gibt an der Kasse aber nur 30 an. Die meisten Betrügereien würden sich an der Kasse verhindern lassen, wenn die Mitarbeiter aufmerksamer wären. Doch sobald viel los ist und fünf Kunden in der Schlange stehen, wird nicht mehr genau hingeschaut. Das erlebe ich immer wieder, wenn ich vor einer Schulung anonym durch das Gartencenter gehe

„Ich rate deshalb Händlern dazu, eine Dauersensibilität zu schaffen.“

Hans Günter Lemke, Handelsberater

und mit Testkäufen auf die Schwachstellen hin überprüfe.

Sehr beliebt bei Blumen und Pflanzen ist auch die Urkundenfälschung. Dabei wird der Preis manipuliert. Wenn ein Gartencenter zehn unterschiedliche Schmetterlingsorchideen im Wert von neun bis 30 Euro im Sortiment hat, kann das Etikett ausgetauscht werden, und schon steht eine Rarität für einen günstigen Preis auf dem Kassenschein. Auch bei Maschinen ist es eine beliebte Masche, die Auszeichnung beispielsweise vom günstigeren Rasenmäher auf den teureren zu kleben. Einige Händler reagieren darauf, indem sie die alten, dreiteiligen Etiketten wieder verwenden. Sie begegnen mir wieder häufiger. Diese Preisauszeichnungen lassen sich zwar nicht scannen, dafür gehen sie kaputt, wenn ein Kunde versucht, sie abzumachen.

Wie kann ein Händler effektiv vorbeugen und wie gut sind technische Hilfsmittel?

Zur Person



Hans Günter Lemke ist seit 1998 als selbstständiger Trainer, Buchautor und Handelsberater tätig. Zu seinen Kunden gehören namhafte Unternehmen im Einzelhandel und in der Industrie. Auch berät und schult er Gartenmärkte in der Schweiz, Österreich und Deutschland. Seine Seminarthemen bietet er zudem auf CDs zum Selbsttraining an. Ergänzend hat er das Buch „Seid schlau – Stoppt den Klau, Inventursicherung im Einzel- und Fachhandel“ geschrieben. www.lemke-training.de

Das beste Rezept, Ladendiebstahl oder anderen Betrügereien entgegen zu wirken, ist neben dem Einsatz von Technik immer noch ein aufmerksamer und regelmäßig geschulter Mitarbeiter. Ein Seminar ist ein guter Anstoß, doch wenn nicht immer wieder über das Problem gesprochen wird, gerät das Wissen schnell wieder in Vergessenheit. Ich rate deshalb Händlern dazu, eine Dauersensibilität zu schaffen. Das ist viel effektiver, als in zusätzliche Warensicherung und Überwachung zu investieren.

Eine Videoüberwachung ist teuer und benötigt Personal, das die Aufzeichnungen im Blick hat. Ihre Berechtigung haben Kameras zur Abschreckung und Nachverfolgung. In Gartencentern sind sie auf dem Außengelände sinnvoll. Allerdings sollte im ersten Schritt geschaut werden, ob der Zaun hoch genug ist. Denn sonst besteht die Gefahr, dass Kunden Artikel mit nach draußen nehmen oder über den Zaun werfen. In großen Geschäften sollte deshalb regelmäßig ein Mitarbeiter eine Runde drehen. Ich kenne zudem Geschäfte, bei denen im Winter ein Signal ertönt, wenn die Tür zur Baumschulabteilung geöffnet wird. Außerdem ist es ratsam, keine hochwertigen Pflanzenbedarfsmittel oder ähnliches draußen zu positionieren, denn das ist verlockend. ■

Die Autorin



Verena Groß, Freie Journalistin, ausgebildete Zeitungsredakteurin und Biologin