



Die Dunkelziffer ist hoch: Laut einer Studie werden nur zwei Prozent der Ladendiebstähle erkannt.

BILD: DPA

**Ladendiebstahl:** Allein in Mannheim Schaden von 13 Millionen Euro im Jahr 2013 / Banden klauen oft auf Bestellung

# „Das meiste wird nicht entdeckt“

Von unserem Redaktionsmitglied  
**Bettina Eschbacher**

**MANNHEIM.** Ob Jugendlicher oder Rentner, ob Arbeitsloser oder Akademiker – den typischen Ladendieb gibt es nicht. „Ladendiebe können 16 bis 60 Jahre alt sein und kommen aus allen Schichten“, sagt Konstantinos Simeonidis. Er führt die gleichnamige Mannheimer Detektei, die Einzelhändler beim Kampf gegen den Ladendiebstahl betreut. Zu seinen Kunden zählen zum Beispiel die Modegruppe Engelhorn oder das Peek & Cloppenburg-Haus in Mannheim.

Doch es ist ein schwerer Kampf, der den Einzelhandel viel Geld kostet. Denn die Dunkelziffer der gar nicht entdeckten Diebstähle ist extrem hoch. Weit weniger als zwei Prozent werden erkannt. Das geht aus einer Studie des Handelsforschungszentrums EHI hervor. Laut EHI summierten sich die Warenverluste 2013 im deutschen Handel auf 3,9 Milliarden Euro.

## Alle Branchen betroffen

Allein für Mannheims Einzelhändler lag der Schaden 2013 bei 13 Millionen Euro gegenüber einem Jahresumsatz von 2,1 Milliarden Euro. Das hat der Branchenverband Nordba-

den ausgerechnet anhand einer durchschnittlichen Inventurdifferenz von 0,64 Prozent. Inventurdifferenz nennen die Einzelhändler den Unterschied zwischen dem, was eigentlich da sein müsste, und dem, was abzüglich von Diebstählen tatsächlich vorhanden ist.

„Es betrifft alle Branchen“, weiß Geschäftsführer Oliver Seifert. Geklaut wird besonders gerne, was teuer aber handlich – also gut zu verstecken – ist, zum Beispiel Parfüms, Rasierklingen, Spirituosen, Tabakwaren, hochwertige Mode, Brillen, Tücher und Modeschmuck. In der Elektrobranche sind es Konsolenspiele, Speichermedien wie DVDs und auch LED-Leuchtmittel. „Die sind ja auch recht teuer“, so Seifert.

Auch für die Region hält Seifert die in der EHI-Studie errechnete Dunkelziffer von 98 Prozent für plausibel: „Das meiste wird in der Tat nicht entdeckt.“ Kein Wunder, dass vor allem die Großen der Branche auf präventive Maßnahmen setzen. Überwachungskameras und Mitarbeiterschulungen sind ebenso üblich wie elektronische Artikelsicherungen. In der Textilbranche wie bei Engelhorn ist das meist ein Plastikteil, das an das Kleidungsstück angebracht wird und mittels Funk oder Magnet einen Alarm auslöst, wenn

## Diebstahl durch Mitarbeiter

■ Nicht nur Kunden begehen Ladendiebstähle, sondern auch Mitarbeiter. Letztere sind laut EHI-Studie für **fast ein Drittel** der Warenverluste verantwortlich.

■ Zu diesem sensiblen Thema äußern sich Einzelhändler nur ungern. Vor Gericht landete aber die Praxis der Modekette Hollister, die Beschäftigte ihrer Frankfurter Filiale durch **Wachleute zur Toilette begleiten** ließ.

■ Laut Oliver Seifert vom Einzelhandelsverband Nordbaden seien **stichprobeweise Taschenkontrollen** bei Mitarbeitern erlaubt und auch nicht unüblich.

ein Dieb durch den Ausgang geht. Bei Engelhorn sind auch die klassischen Hausdetektive aus Simeonidis' Detektei im Einsatz. Das sei übrigens „kein einfacher Job“, sagt deren Chef. Ein Detektiv brauche ein gutes Gespür für Menschen und Situationen und müsse dazu „acht bis neun Stunden durch das Kaufhaus marschieren“.

Doch auch die Prävention kostet Geld. Und diese Kosten kämen noch zu den Diebstahl-Schäden hinzu,

klagt Engelhorn-Geschäftsführer Andreas Hilgenstock. Genau Zahlen dazu nicht preis. Es sei auf jeden Fall „ein äußerst ärgerliches Problem“, das für die Händler ergebnisreduzierend wirke. „Und das bei den ohnehin nicht sehr hohen Margen des Einzelhandels“, so Hilgenstock.

Für ganz wichtig hält Simeonidis die Schulung des Verkaufspersonals. Dabei lernen die Mitarbeiter, verdächtiges Verhalten zu erkennen (Wie schaut der Kunde, was führt er an Taschen mit sich?). Sie bekommen aber auch Tipps fürs eigene Verhalten, zum Beispiel wie sie „immer einen Rundumblick für die Abteilung behalten können“.

Schließlich gilt es, neben Gelegenheitsdieben, die der Verlockung nicht widerstehen konnten, auch die Profis zu erkennen. Das seien organisierte Banden, so der Experte, die gezielt stehlen, um die Ware weiterzuverkaufen. Bei teuren Designerstücken kämen da schnell hohe Schadenssummen zusammen. Durchaus üblich sei, auf Bestellung zu klauen. „Wir haben schon richtige Bestellzettel bei den Dieben gefunden“, erzählt Simeonidis.