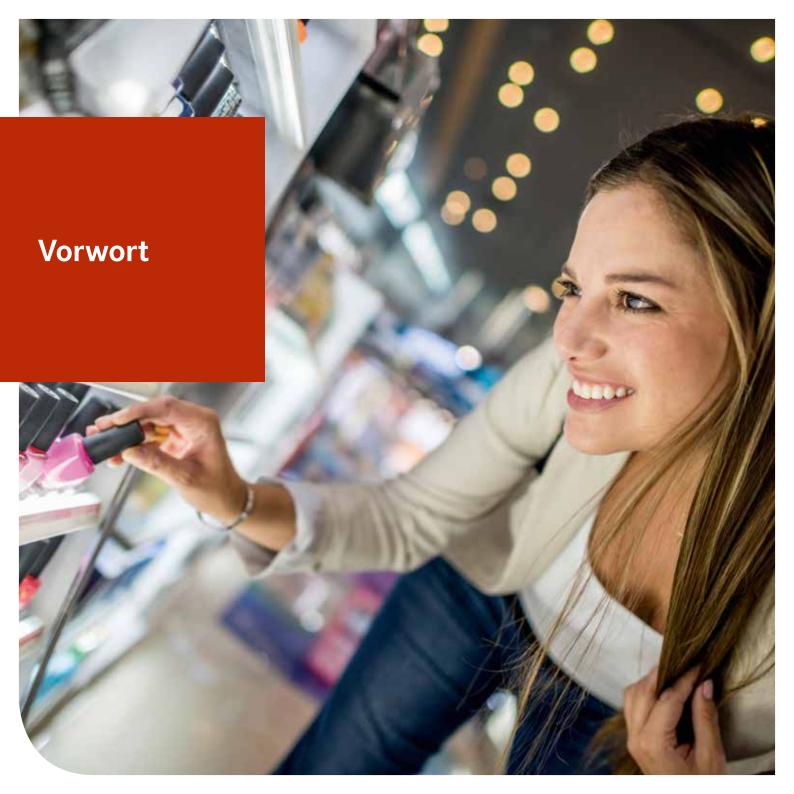




Inventurdifferenzen 2015

Daten, Fakten, Hintergründe aus der empirischen Forschung



Liebe Leserinnen und Leser,

Sicherheitsmaßnahmen und Ladendiebstahl beschäftigen den Einzelhandel so lange, wie es ihn gibt. Das EHI beschäftigt sich in seiner Funktion als Forschungsinstitut des Einzelhandels seit der Gründung seiner Vorgängerinstitute in den 1950er-Jahren regelmäßig mit Fragen und Entwicklungen rund um die Themen Inventurdifferenzen, Ladendiebstahl und effektive Gegenmaßnahmen.

Trotz rückläufiger Statistiken wird im Handel nach wie vor gestohlen, was nicht niet- und nagelfest ist. Vor allem der Aufmerksamkeit und der Sensibilität der Mitarbeiter kommt eine Schlüsselrolle bei der Bekämpfung von Ladendiebstählen zu.

Verlängerte Öffnungszeiten bei geringerer Personalbesetzung machen es immer schwieriger, eine "Flächenaufsicht" zu gewährleisten und dadurch Inventurdifferenzen einzudämmen. Die freie Warenpräsentation muss also oft durch geeignete Sicherheitsvorkehrungen eingeschränkt werden.

Selbstbedienung im Handel ist heute unverzichtbar – dieser Begriff wird jedoch von Kunden, Lieferanten, Servicekräften und oft auch von eigenen Mitarbeitern allzu wörtlich genommen und führt alljährlich zu enormen Verlusten im Handel.

Das EHI hat sich zum Ziel gesetzt, seine Mitglieder jährlich über die aktuellen Entwicklungen der Inventurdifferenzen in verschiedenen Branchen sowie zu Trends bei den Maßnahmenschwerpunkten zu informieren. Die Ergebnisse zeigen einerseits die Notwendigkeit von Personalschulungen und präventiven Maßnahmen sowohl technischer als auch organisatorischer Art und belegen andererseits auch ihre Wirksamkeit.

Das EHI bedankt sich beim Handelsverband Deutschland (HDE), dem Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V. (BTE), dem Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels im Bundesverband Wohnen und Büro e.V. und dem Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V. (BHB) für ihre Unterstützung und vor allem bei allen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, für ihre offenen und informativen Auskünfte.

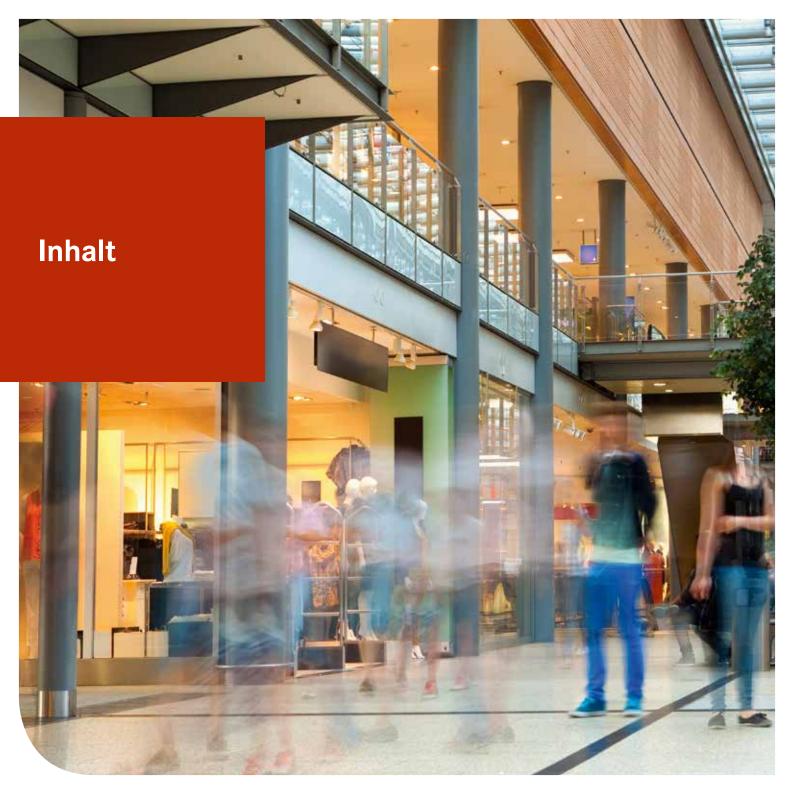
Köln, im Juni 2015



Michael Gerling Geschäftsführer EHI Retail Institute



Frank Horst
Leiter Forschungsbereich
Inventurdifferenzen
und Sicherheit
EHI Retail Institute



Vorwort	4
Zusammenfassung – Inventurverluste konstant	8
Rahmenbedingungen zur Ermittlung der Inventurdifferenzen	12
Höhe der Inventurdifferenzen	22
Verursacher und Entstehungsorte	34
Kriminalität im Handel	40
Exkurs: Sonstige sicherheitskritische Bedrohungen	49
Prävention und Sicherheitsmaßnahmen	52
Fazit	60
Abbildungsverzeichnis	62
Impressum	65



Zusammenfassung

Inventurverluste unverändert hoch

Im Jahresvergleich 2014 zu 2013 sind die Inventurdifferenzen bei den teilnehmenden Unternehmen zwar geringfügig gesunken, in branchengewichteter Hochrechnung für den gesamten deutschen Einzelhandel jedoch nahezu unverändert geblieben. Es gab leicht unterschiedliche Entwicklungen in einzelnen Branchen, gravierende Veränderungen sind per saldo jedoch nicht eingetreten.

Nach wie vor schmälert eine durchschnittliche Inventurdifferenz von 0,61 Prozent – bewertet zu Einkaufspreisen in Prozent vom Nettoumsatz – die Renditen im Einzelhandel. Bewertet zu Verkaufspreisen in Relation zum Bruttoumsatz entspricht dies in branchengewichteter Hochrechnung einem Wert von durchschnittlich exakt 1,0 Prozent des Umsatzes. Jährlich investiert der Handel rund 1,3 Milliarden Euro in Präventiv- und Sicherungsmaßnahmen, um seine Waren vor Diebstählen zu schützen. Insgesamt gehen dem Handel damit durch Inventurdifferenzen und Investitionen in Sicherheitsmaßnahmen rund 1,3 Prozent seines Umsatzes verloren.

Inventurverluste: 3,9 Milliarden Euro

Im gesamten Einzelhandel summieren sich die zu Verkaufspreisen bewerteten Inventurdifferenzen auf 3,9 Milliarden Euro. Nach Einschätzung der Handelsexperten sind auf Ladendiebstähle durch Kunden rund 2,1 Milliarden Euro zurückzuführen, den eige-

nen Mitarbeitern werden fast 900 Millionen angelastet, und sowohl Lieferanten als auch Servicekräften werden etwas mehr als 300 Millionen Euro an Warenverlusten im Jahr zugerechnet. Statistisch gesehen bedient sich jeder Bundesbürger jährlich an Waren im Wert von 26 Euro im Einzelhandel, ohne zu bezahlen. Auf den Lebensmittelhandel projiziert bedeutet dies, dass rund jeder 200. Einkaufswagen unbezahlt die Kasse passiert.

An der aktuellen Untersuchung beteiligten sich 110 Unternehmen mit insgesamt 20.766 Verkaufsstellen, die einen Gesamtumsatz von rund 78,5 Milliarden Euro erwirtschaftet haben. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der beteiligten Geschäfte beträgt 1.210 qm.

Branchenentwicklungen

Der überwiegenden betrieblichen Praxis folgend wurden die Erhebungen – bewertet zu Nettoeinkaufspreisen in Relation zum Nettoumsatz (= Bruttoumsatz ohne Mehrwertsteuer) – erfasst. Das durchschnittliche Niveau der Inventurdifferenzen 2014 hat sich – bei gleicher Grundgesamtheit – mit 0,61 Prozent vom Nettoumsatz gegenüber 0,63 Prozent in 2013 leicht verbessert. Als Orientierung können folgende Mittelwerte angegeben werden, obwohl ein direkter Vergleich von Inventurdifferenzen verschiedener Unternehmen nur bedingt möglich und sinnvoll

ist: Im Lebensmittelhandel liegen die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der beiteiligten Unternehmen bei 0,51 Prozent. Während bei Supermärkten bis 2.500 qm überwiegend eine Verbesserung mit nunmehr im Schnitt 0,49 Prozent eingetreten ist, haben SB-Warenhäuser etwas höhere durchschnittliche Inventurverluste mit Werten von 0,61 Prozent gegenüber 0,55 Prozent in 2013 festgestellt. Große Supermärkte bis 5.000 qm liegen mit 0,51 Prozent vom Nettoumsatz ebenfalls leicht unter dem Vorjahresniveau. Die erstmals auswertbaren Getränkefachmärkte erleiden im Branchenvergleich mit 0,22 Prozent die niedrigsten Verluste.

Drogeriemärkte weichen mit durchschnittlich 0,78 Prozent nur geringfügig von ihrem Vorjahresniveau ab, ebenso wie die beteiligten Baumarktunternehmen mit Inventurdifferenzen von nunmehr durchschnittlich 0,62 Prozent.

Im gesamten Bekleidungshandel sind die durchschnittlichen Inventurdifferenzen mit 0,57 Prozent ebenfalls fast unverändert. Während Bekleidungsfachgeschäfte (0,64 Prozent), Textilfachmärkte (0,54 Prozent) und Schuhfachgeschäfte (0,44 Prozent) ihre Ergebnisse verbessern konnten, hatten die Textilkaufhäuser einschließlich der Warenhausbetreiber (0,54 Prozent) etwas höhere Verluste zu verzeichnen. Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der beteiligten Möbelhäuser unterschiedlichster Sortimentsausrichtung haben sich auf 0,39 Prozent vom Nettoumsatz erhöht.

Anstieg der Ladendiebstahlsanzeigen

2014 sind die angezeigten Ladendiebstähle laut polizeilicher Kriminalstatistik seit Jahren erstmals wieder um 2,6 Prozent angestiegen auf insgesamt 365.373 Fälle. Der stetige Rückgang angezeigter Ladendiebstähle in den letzten Jahren spiegelte aber nicht die tatsächlichen Verhältnisse wider. Die Einschätzungen des Handels zur Kriminalitätslage standen und stehen im Widerspruch zur Statistik. Durch die hohe Dunkelziffer von über 98 Prozent besitzt die Statistik nur eine eingeschränkte Aussagefähigkeit. Aus dem durchschnittlichen Schaden der angezeigten Diebstähle und dem tatsächlichen Schaden im Handel ergibt sich, dass täglich über 85.000 Ladendiebstähle mit je einem Warenwert von rund 80 Euro unentdeckt bleiben!

Diebstahlskriminalität nach wie vor hoch

In vielen Bereichen der Einzelhandelskriminalität erwarten die Händler nach wie vor eine weitere Steigerung. Vor allem Ladendiebstähle in ihren unterschiedlichen Formen und Ursachen wie Gelegenheitsdiebstähle, Beschaffungskriminalität, Diebstahl auf Bestellung, Bandendiebstähle usw. sind aber mit Abstand das größte Problem für den Einzelhandel. Im Fokus steht schon seit einigen Jahren vor allem der professionell organisierte Ladendiebstahl im Sinne von gewerbsmäßigem Diebstahl, Bandendiebstählen und Diebstählen auf Bestellung von professionell agierenden Tätergruppen, die bei jedem Zugriff wertmäßig hohe Schäden verursachen. Auch der gewöhnliche Gelegenheitsdiebstahl

durch Kunden und die zunehmende Gewaltbereitschaft potenzieller Täter bereiten den Einzelhändlern weiter Sorgen.

Handel investiert weiter in Sicherheit

Im Durchschnitt aller Branchen gibt der Handel etwas mehr als 0,3 Prozent vom Umsatz für Sicherheitsmaßnahmen aus. Die Ausweitung der Kameraüberwachung liegt auch aktuell weiter im Trend. Die ständige Schulung und Sensibilisierung des Personals gelten weiterhin als wichtige Präventionsmaßnahmen. Warenwirtschaftliche Datenanalysen sowie Bondatenanalysen zur Erkennung von diebstahlgefährdeten Artikeln und Schwachstellen sind hingegen in den meisten Unternehmen schon ausgereift und etabliert. Testkäufe aber finden derzeit wieder großen Zuspruch, in der Regel verbunden mit anschließenden Mitarbeiterschulungen.

Insgesamt gibt der Einzelhandel jährlich 1,3 Milliarden Euro zur Reduzierung von Inventurdifferenzen aus. Die Gesamtaufwendungen für Inventurdifferenzen und deren Vermeidung betragen jährlich rund 5,2 Milliarden Euro.

Das in der Selbsteinschätzung der Handelsunternehmen "akzeptable" Niveau der Inventurdifferenzen stellt aber keinen Anlass dar, Investitionen und Aufwendungen für Präventiv-, Kontroll- und Sicherheitsmaßnahmen zu vernachlässigen. Knapp drei Viertel der Unternehmen halten 2015 ihr Budget für Präventions- und Sicherungsmaßnahmen konstant.

"Nur die Spitze eines Eisberges ist sichtbar: Weniger als 2 Prozent aller Ladendiebstähle werden erkannt und angezeigt!"

Frank Horst

Das Bedrohungspotenzial durch Kundendiebstahl und Mitarbeiterdelikte ist unverändert hoch und wird von den Unternehmen ernst genommen - wie auch die Einschätzungen der Handelsunternehmen zur Kriminalitätsentwicklung im Handel belegen. Auch wenn vertriebliche Aspekte oft im Vordergrund stehen, sind Warensicherungs-, Überwachungs- und Kontrollmaßnahmen oft zwingend und gezielt einzusetzen. Kritische Medienberichte sollten Handelsunternehmen nicht davon abhalten, dort, wo es notwendig ist, unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der Persönlichkeitsrechte von Kunden und Mitarbeitern die erforderlichen Maßnahmen zur Eindämmung von Diebstählen zu ergreifen. Insbesondere wird die offene Kameraüberwachung als Präventions- und Überführungsinstrument von vielen Einzelhandelsunternehmen auch in diesem Jahr weiter ausgebaut. Ebenso gewinnt das altbekannte Mittel des Testkaufs in unterschiedlicher Ausgestaltung aktuell wieder in vielen Unternehmen an Bedeutung zur Erkennung von Schwachstellen an Kasse und im Verkauf in Verbindung mit anschließenden Mitarbeiterschulungen.

Rahmenbedingungen

"Da die Berechnungsgrundlagen für Inventurdifferenzen oft stark voneinander abweichen, sollte nicht die Höhe, sondern die Entwicklung zum Vorjahr als Vergleichsmaßstab dienen."

Frank Horst

Rahmenbedingungen zur Ermittlung der Inventurdifferenzen

Strukturdaten der Erhebung

An der aktuellen Untersuchung beteiligten sich 110 Unternehmen bzw. Vertriebsschienen mit insgesamt 20.766 Verkaufsstellen. Aus den Daten konnten für die Branchen Lebensmittelhandel, Drogeriemärkte, Baumärkte, Textilhandel inklusive Warenhäuser sowie Möbelhäuser branchenspezifische Auswertungen vorgenommen werden, die teils sehr detaillierte Aussagen nach Vertriebstypen zulassen. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der beteiligten Betriebe beträgt 1.210 qm.

Rund 73 Prozent der Teilnehmer sind filialisierte Unternehmen, die jeweils bis zu 2.800 Geschäfte betreiben. Bei den übrigen handelt es sich überwiegend um inhabergeführte Fachgeschäfte.

Die beteiligten Unternehmen haben im Jahr 2014 einen geschätzten Gesamtumsatz von ca. 78,5 Milliarden Euro erzielt. Eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 1.200 qm zeigt, dass überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe in die Untersuchung eingingen. Die Auswertungen zur Höhe der Inventurdifferenzen wurden als arithmetischer Mittelwert ohne Gewichtung der Unternehmensgröße (Umsatz oder VKF) oder Zahl der Betriebe vorgenommen. Die Daten der Filialisten wurden über die Handelszentralen ermittelt, die bereits einen Mittelwert für ihre

Betriebe ermittelt hatten. Die Höhe der Inventurdifferenzen wurde, bewertet zu Einkaufspreisen, in Prozent vom Nettoumsatz (Bruttoumsatz ohne Mehrwertsteuer) erfasst. Acht Unternehmen gaben ihre Inventurdifferenzen, bewertet zu Verkaufspreisen, in Relation zum Bruttoumsatz an. Bei diesen wurde eine pauschale Umrechnung unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Spanne vorgenommen.

Datenbasis

110 Unternehmen mit 20.766 Betrieben, ca. 78,5 Mrd. € Umsatz (Abb. 1)

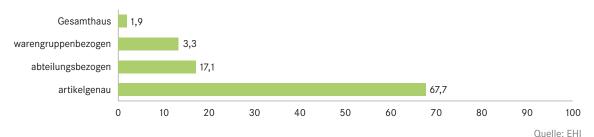
Branche	Unter- nehmen	Verkaufsfläche in 1.000 qm
Lebensmittelhandel	39	10.218
Drogeriemärkte	4	2.742
Textilhandel, inkl. Warenhäuser	40	5.730
Baumärkte	8	5.084
Möbelhäuser	5	95
Sonstige	14	1.365
Summe	110	25.234

Quelle: EHI Retail Institute

Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt?

Alle Branchen (Abb. 2)

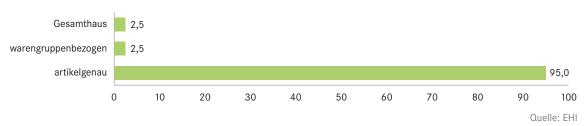
in Prozent



Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt?

Textilhandel (Abb. 3)

in Prozent



Ermittlung von Inventurdifferenzen

Von großer Bedeutung nicht nur für die Analyse der Inventurdifferenzen, sondern auch für die Ergreifung geeigneter Maßnahmen ist die Gliederungstiefe der Inventurdifferenz. Dabei gilt: Je weniger Warengruppen, desto größer das Fehlerpotenzial. Denn dadurch geht Transparenz verloren, die nötig ist, um beispielsweise diebstahlgefährdete Artikel zu erkennen und

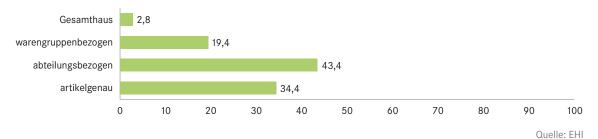
gezielte Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Außerdem rechnen sich etwaige positive und negative Differenzen partiell gegeneinander auf.

Grundsätzlich sind mit zunehmender Gliederungstiefe der Inventurdifferenzen, im Idealfall artikelgenau, die Schwachstellen in einer Verkaufsstelle besser zu lokalisieren. Das setzt aber die gleiche Systematik sowohl

Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt?

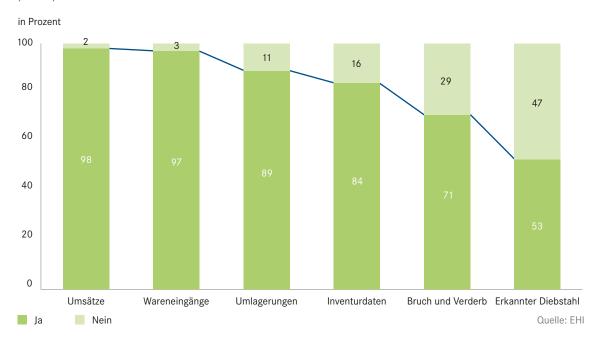
Lebensmittelhandel (Abb. 4)

in Prozent



Was wird artikelgenau erfasst?

(Abb. 5)



in der Soll-Bestandsfortschreibung als auch bei der Verkaufsdatenerfassung und der Ist-Aufnahme voraus. Fast 68 Prozent der Unternehmen gaben an, dass sie ihre Inventurdifferenzen artikelgenau ermitteln.

Während im Bekleidungshandel 95 Prozent der Unternehmen die Inventur artikelgenau ermitteln, sind es im Lebensmittelhandel nur 35 Prozent. Bei Letzterem überwiegt mit 43 Prozent die abteilungsbezogene Auswertung, und weitere 19 Prozent ermitteln ihre Inventurdifferenzen auf Warengruppenebene.

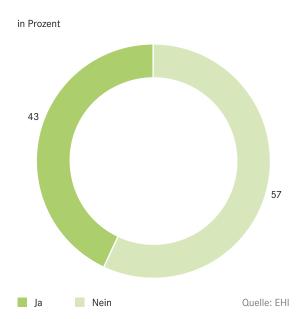
Die artikelgenaue Erfassung der Inventurdaten reicht allein für eine qualitativ hochwertige Aussage nicht aus, vielmehr muss auch der Sollbestand mit allen Warenbewegungen sowie Preis- und Bestandsveränderungen artikelgenau fortgeschrieben werden.

Wareneingänge, Umsätze und Umlagerungen werden von fast allen Unternehmen bereits artikelgenau verbucht. Die Inventurdatenerfassung erfolgt zu 84 Prozent artikelgenau – sicher auch abhängig vom jeweiligen Inventurverfahren. Bruch und Verderb werden von 71 Prozent der Unternehmen artikelgenau erfasst. Erkannter Diebstahl im Laufe des Jahres wird nur von gut der Hälfte der befragten Unternehmen artikelgenau festgehalten.

Ziel jedes Unternehmens sollte es sein, mit den Inventurdifferenzdaten nur tatsächliche Verluste abzubilden, also organisatorische Erfassungs-, Buchungsund Bewertungsfehler weitestgehend zu vermeiden. Denn nur Daten von aussagefähigen, den Realitäten entsprechenden Differenzen können als zuverlässige

Eingeschränkte Vergleichbarkeit

Wird erkannter Diebstahl erfasst und abgeschrieben? (Abb. 6)



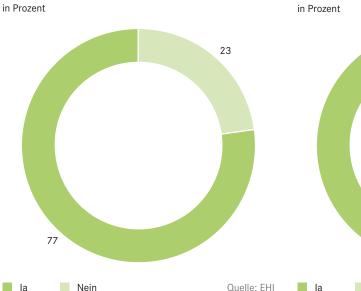
Entscheidungsgrundlage für Präventionsmaßnahmen technischer und organisatorischer Art sowie damit verbundenen Wirtschaftlichkeitsberechnungen herangezogen werden.

Vergleichbarkeit von Inventurdifferenzen

Es besteht weder eine gesetzliche Pflicht zum expliziten Ausweis von Inventurdifferenzen, noch wird die Erfassung von Inventurdifferenzen in allen Handelsunternehmen praktiziert. Sie ist aber prinzipiell ein wichtiger Baustein zur Unternehmenssteuerung und Mar-

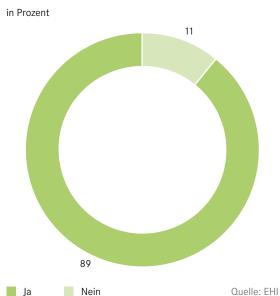
Eingeschränkte Vergleichbarkeit

Werden Bruch und Verderb erfasst und abgeschrieben? (Abb. 7)



Eingeschränkte Vergleichbarkeit

Werden Preisänderungen genau erfasst? (Abb. 8)



gensicherung im Einzelhandel. Generell ist es kaum möglich, Inventurdifferenzen verschiedener Unternehmen direkt miteinander zu vergleichen. Eine einheitliche Definition des Begriffs "Inventurdifferenz" gibt es in der Praxis nicht. Die "Inhalte" und die "Bewertungsbasis" von Inventurdifferenzen sind von Unternehmen zu Unternehmen oft sehr unterschiedlich. So ist vor allem die Sollbestandsfortschreibung – z.B. auf Basis von Einkaufs- oder Verkaufswerten – sehr individuell geregelt. Schwierig wird jeder Vergleich dann, wenn ein Unternehmen Preisänderungen im Laufe

des Jahren nicht genau erfasst, sondern als Pauschalwert in die Inventurdifferenz einfließen lässt oder herausrechnet.

Verfälscht wird die Gegenüberstellung auch dann, wenn Abteilungen (z.B. Bedienung Fleisch, Wurst, Käse, Obst und Gemüse u.a.), die typischerweise positive Werte durch Sonderbehandlungen, wie z.B. Schwundvorgaben oder Warenveredelung, aufweisen, mit in den durchschnittlichen Gesamtwert eines Betriebs oder einer Vertriebslinie einbezogen werden.

Der Trend geht aber eindeutig dahin, Inventuraufnahmen stückgenau nach Mengen zu erfassen und anschließend mit Einkaufspreisen zu bewerten. Dadurch lassen sich bereits einige Bewertungsfehler ausschließen. Die wertmäßige Inventuraufnahme zu Verkaufspreisen verliert immer weiter an Bedeutung.

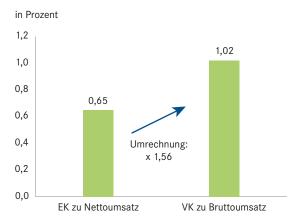
Entscheidend ist auch die Frage, ob ausschließlich Zähldifferenzen bei der Jahresinventur in die Inventurdifferenz eingehen oder ob auch Bestandskorrekturen im Laufe eines Jahres einfließen. So ist die betriebliche Praxis bei unterjährigen Bestandskorrekturen z.B. durch erkannten Diebstahl, Bestandsabweichungen bei der Disposition, Leerpackungsfunde oder Erfassung und Verbuchung von Bruch und Ver-

derb oft unterschiedlich geregelt (s. Unterschiede in Abb. 6 bis 8).

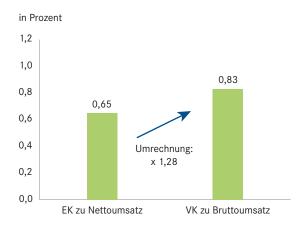
Wird im Laufe des Jahres erkannter Diebstahl erfasst, so liegt die Bandbreite zwischen 0,01 und 0,16 Prozent, im Mittel um 0,07 Prozent vom Umsatz. In einigen Branchen, wie z.B. im Textilhandel, in Baumärkten und im Fachhandel, kann erkannter Diebstahl, wenn er erfasst wird, auch deutlich höher ausfallen. Extremwerte können bis zu 1 Prozent erreichen. Die Bandbreite für Bruch und Verderb beträgt zwischen 0,05 und 2,4 Prozent vom Umsatz, der Mittelwert für den Lebensmittelhandel liegt bei rund 0,9 Prozent. Dass dieser Durchschnittswert in den letzten Jahren angestiegen ist, kann als Indiz gewertet werden, dass die Erfassungsquote gestiegen ist. Andererseits sind auch

Bezugsgrößen Inventurdifferenz

Umrechnungsbeispiele EK zu VK (Abb. 9)



Beispiel: 19 % Mehrwertsteuer; Handelsspanne 36 %



Beispiel: 7 % Mehrwertsteuer; Handelsspanne 22 %

Quelle: EHI

die Sortimentsanteile "Frische" deutlich ausgeweitet worden, was die Steigerung auch erklären könnte.

Nur rund 40 Prozent der Unternehmen erfassen übereinstimmend erkannten Diebstahl, Bruch und Verderb sowie Preisänderungen. Empfehlenswert ist es gerade weil die Berechnungsgrundlagen oft voneinander abweichen, nur die tendenziellen Veränderungen innerhalb einer Vertriebsform mit der Veränderung der Inventurdifferenzen im eigenen Unternehmen zu vergleichen.

Aufgrund der sehr unterschiedlichen Unternehmensgrößen und abweichenden Berechnungsgrundlagen ist es statistisch oft schwierig, allgemeingültige Aussagen zu treffen. Generell wurde jede Unter"In vielen Unternehmen hat die Erfassungsgenauigkeit stark zugenommen, wodurch die Fortschreibung der Warenbestände wesentlich verbessert wurde."

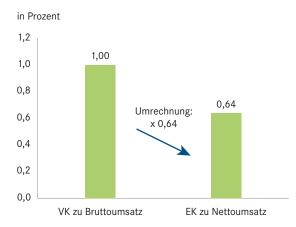
Frank Horst

nehmensantwort – egal ob Klein- oder Großunternehmen – gleich gewichtet.

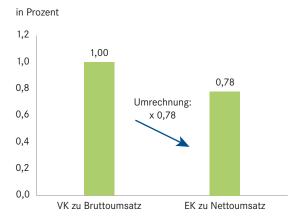
In Anlehnung an die betriebliche Praxis wurden Inventurdifferenzen – bewertet zu Einkaufspreisen – in Prozent vom Nettoumsatz, definiert als Eigenumsatz ohne Mehrwertsteuer, erhoben. In der Jahresbilanz eines Händlers schlägt sich letztlich nur der

Bezugsgrößen Inventurdifferenz

Umrechnungsbeispiele VK zu EK (Abb. 10)



Beispiel: 19 % Mehrwertsteuer; Handelsspanne 36 %



Beispiel: 7 % Mehrwertsteuer; Handelsspanne 22 %

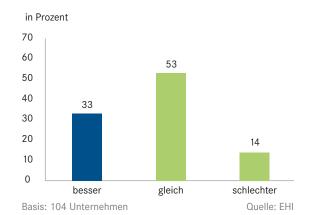
Quelle: EHI

Nettoeinkaufspreis nieder. Die im Verkaufspreis enthaltene Mehrwertsteuer ist kein Schaden für den Einzelhändler, sondern geht zulasten der Volkswirtschaft und beträgt jährlich insgesamt ca. 450 Millionen Euro.

Bei der Bewertung zu Einkaufspreisen in Relation zum Nettoumsatz wird also nur der rein bilanzielle Schaden abgebildet. Diese Bewertung entspricht mit Sicherheit aber nicht dem "Denken" der meisten Ladendiebe, denn für sie spiegelt sich der Wert einer Ware im Verkaufspreis wider. Und letztlich sind dem Handel auch dann schon Kosten entstanden, wenn die Ware im Verkauf bereitsteht. Daher gibt es auch genügend Argumente, fehlende Ware zu Verkaufspreisen zu bewerten. Aber dann hat die Höhe der Handelsspanne einen maßgeblichen Einfluss auf den tatsächlichen Schaden.

Entwicklung der Inventurdifferenzen

Tendenz der letzten drei Jahre (Abb. 11)



Ein Beispiel: Bei gleichem Bruttoumsatz zweier Unternehmen und einer Inventurdifferenz von 1 Prozent (VK/Bruttoumsatz) fällt der absolute Schaden (Netto-EK) z.B. bei einem Lebensmittelhändler aufgrund der geringeren Spanne respektive des höheren Wareneinsatzes wesentlich höher aus als beispielsweise bei einem Textilhändler. In gewisser Weise machen also Einkaufspreisbewertungen Inventurdifferenzen vergleichbarer, da sie nur den tatsächlichen Schaden abbilden und unterschiedliche Kalkulationen ausschließen.

Bei der Umrechnung der Prozentsätze Einkaufswerte zu Nettoumsatz in Verkaufswerte zu Bruttoumsatz oder umgekehrt ist theoretisch nur die Durchschnittsspanne von Bedeutung. Der Mehrwertsteuersatz spielt keine Rolle. Allerdings liegen dieser Rechnung einige Annahmen zugrunde: Die fehlenden Artikel besitzen die gleiche durchschnittliche Spanne und den gleichen durchschnittlichen Mehrwertsteuersatz wie der Umsatz des gesamten Marktes. Da dies in der Praxis nicht immer der Fall sein wird, wird es immer geringfügige Abweichungen geben. Betriebswirtschaftlich gesehen ist der Einstandspreis zuzüglich der Handlingkosten anzusetzen, die bis zum Zeitpunkt des Diebstahls bereits für den Artikel angefallen sind. Nur wenn man der ungünstigen Situation des Ladendiebstahls die günstigste, nämlich den Verkauf, gegenüberstellt, ist ein maximaler Schaden in Höhe des Nettoverkaufspreises entstanden.

Ein Langzeitvergleich mit früheren EHI-Erhebungen kann nicht durchgeführt werden, da die Grundgesamtheit der beteiligten Handelsunternehmen von Jahr zu

Entwicklung der Inventurdifferenzen

Tendenz der letzten drei Jahre, nach Branchen (Abb. 12)

Inventur- differenzen	besser	gleich	schlechter
Lebensmittel- handel	26 %	56 %	18 %
Textilhandel, inkl. Warenhäuser	28 %	58 %	15 %
Drogeriemärkte	50 %	50 %	
Möbelhäuser	60 %	40 %	-
Baumärkte	37 %	63 %	-
Sonstige	50 %	29 %	21 %
Durchschnitt	33 %	53 %	14 %

Quelle: EHI

Jahr zu stark voneinander abweicht. Um dennoch eine verlässliche Aussage über aktuelle Entwicklungen zu erhalten, werden daher immer von den beteiligten Unternehmen die Werte der letzten zwei Jahre erfasst.

Entwicklung der letzten drei Jahre

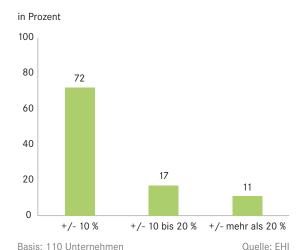
Ein Drittel der befragten Unternehmen gab an, dass sich ihre Inventurdifferenzen in den letzten drei Jahren überwiegend verbessert haben, während nur 14 Prozent eine Verschlechterung festgestellt haben. Damit setzt sich der bei den Vorjahreserhebungen festgestellte positive Trend weiter fort. Obwohl die durchschnittlichen Inventurdifferenzen per saldo nur geringen Schwankungen unterliegen, haben fast 30 Prozent der Unternehmen eine Abweichung ihrer eigenen Inventurdifferenz von mehr als 10 Prozent

im Vergleich zum Vorjahr erfahren. Die jährlichen Schwankungen fallen damit jedoch geringer aus als noch vor einigen Jahren.

Das heißt, auch wenn in der Gesamtmarktbetrachtung die Bestandsdifferenzen unverändert geblieben sind, müssen einzelne Unternehmen mit enormen Abweichungen – positiver oder negativer Art – zum Vorjahr kalkulieren. Diese individuellen Jahresschwankungen belegen, dass Inventurdifferenzen für die Mehrheit der Unternehmen eine schwer planbare Größe darstellen und kaum ein Unternehmen vor Überraschungen geschützt ist.

Unternehmensbezogene Veränderungen der Inventurdifferenz

Jahresvergleich 2014/2013 (Abb. 13)



Lesehilfe zu Abb. 13: Bei 72 Prozent der befragten Unternehmen hat sich die Inventurdifferenz im Jahr 2014 verglichen zu 2013 um weniger als plus/minus 10 Prozent verändert.

Inventurdifferenzen



Kunden 2,1 Mrd.



Mitarbeiter 0,9 Mrd.



Lieferanten/Servicekräfte 0,3 Mrd.

Gestohlene Warenwerte in Euro nach Tätergruppen im Einzelhandel

Höhe der Inventurdifferenzen

Per saldo unverändert

Das durchschnittliche Niveau der Inventurdifferenzen 2014 hat sich bei gleicher Grundgesamtheit mit 0,61 Prozent vom Nettoumsatz gegenüber 2013 leicht verbessert. In branchengewichteter Hochrechnung für den gesamten deutschen Einzelhandel sind die zu Verkaufspreisen bewerteten Inventurdifferenten mit 3,9 Milliarden Euro jedoch unverändert hoch geblieben. Im arithmetischen Mittel der 110 befragten Unternehmen ergeben sich im Jahresvergleich die Durchschnittswerte, wie Abb. 14 sie zeigt.

Bezogen auf die Vergleichswerte von 2013 haben sich die Inventurergebnisse in Prozentpunkten betrachtet in den meisten Branchen relativ wenig verändert. Im Lebensmittelhandel liegen die durchschnittlichen Inventurdifferenzen bei 0,51 Prozent. Während bei Supermärkten bis 2.500 qm überwiegend eine Verbesserung mit nunmehr im Schnitt 0,49 Prozent eingetreten ist, haben SB-Warenhäuser etwas höhere durchschnittliche Inventurverluste mit Werten von 0,61 Prozent gegenüber 0,55 Prozent in 2013 festgestellt. Große Supermärkte bis 5.000 qm liegen mit 0,51 Prozent vom Nettoumsatz ebenfalls leicht unter dem Vorjahresniveau. Die erstmals auswertbaren Getränkefachmärkte erleiden im Branchenvergleich mit 0,22 Prozent die niedrigsten Verluste.

Drogeriemärkte weichen mit durchschnittlich 0,78 Prozent nur geringfügig von ihrem Vorjahresniveau

Inventurdifferenzen 2013 und 2014

nach Betriebsformen EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 14)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Lebensmittelhandel	0,56	0,51	0,05
Supermärkte	0,56	0,49	0,07
Große Supermärkte	0,54	0,51	0,03
■ SB-Warenhäuser	0,55	0,61	-0,06
 Getränkefachmärkte 	0,24	0,22	0,02
Drogeriemärkte	0,79	0,78	0,01
Textilhandel	0,58	0,57	0,01
Fachgeschäfte	0,66	0,64	0,02
Fachmärkte	0,57	0,54	0,03
Textilkaufhäuser/ Warenhäuser	0,51	0,54	- 0,03
Schuhfach- geschäfte	0,45	0,44	0,01
Baumärkte	0,61	0,62	-0,01
Möbelhäuser	0,36	0,39	-0,03
Sonstige	1,02	0,96	0,06
Gesamtergebnis	0,63	0,61	0,02

Quelle: EHI

ab, ebenso wie die beteiligten Baumarktunternehmen mit Inventurdifferenzen von nunmehr durchschnittlich 0,62 Prozent.

Im gesamten Bekleidungshandel sind die durchschnittlichen Inventurdifferenzen mit 0,57 Prozent ebenfalls fast unverändert. Während Bekleidungsfachgeschäfte (0,64 Prozent), Textilfachmärkte (0,54 Prozent) und Schuhfachgeschäfte (0,44 Prozent) ihre Ergebnisse verbessern konnten, hatten die Textilkaufhäuser einschließlich der Warenhausbetreiber (0,54 Prozent) etwas höhere Verluste zu verzeichnen. Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der beteiligten Möbelhäuser unterschiedlichster Sortimentsausrichtung haben sich auf 0,39 Prozent vom Nettoumsatz erhöht.

Inventurdifferenzen 2013 und 2014

Filialisten versus Einzelbetriebe (Abb. 15)

in Prozent 1,0 0,8 0.70 0.70 0,59 0,56 0,6 0,4 0,2 0,0 Filialisten (80) Einzelbetriebe (30) 2013 2014 Quelle: EHI Basis: 110 Unternehmen

In allen Betriebsformen zeigt sich jedoch, dass die prozentualen Angaben vom Nettoumsatz großen Bandbreiten unterliegen! Die folgende Vertriebstypenaufteilung im Lebensmittelhandel wurde an die EHI-Definitionen angelehnt.

Das durchschnittliche Inventurdifferenzniveau liegt bei den beteiligten Einzelbetrieben etwas höher als bei den Filialisten. Vermutlich gibt es dafür zwei Gründe: Einerseits ist der geschätzte Anteil organisatorischer Fehler bei Einzelunternehmen höher, und zum anderen sind Präventions- und Sicherheitsmaßnahmen in Filialunternehmen oftmals besser organisiert und überwacht.

Supermärkte

Nach EHI-Definition ist ein Supermarkt ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 gm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist. Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen von Supermärkten sind von 0,56 auf 0,49 Prozent vom Nettoumsatz zurückgegangen. Von 16 Unternehmen hat die Hälfte bessere Inventurdifferenzen festgestellt. Als positive Einflüsse wurden zielgerichtete revisionsseitige Inventurberatungen, optimierte Revisionseinsätze sowie Personalschulungen genannt. Hinzu kam bei einigen Unternehmen der verstärkte Einsatz von Ladendetektiven, Warensicherung und Kameratechnik in Problemfilialen und verbessertes Bestell- und Lagerwesen. Belastungen ergaben sich bei einigen Unternehmen durch Ausweitung des Frischeangebots oder durch die offene Verkaufsraumgestaltung.

Supermärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 16)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,32	0,58	-0,26
Unternehmen-2	0,78	0,85	-0,07
Unternehmen-3	0,30	0,35	-0,05
Unternehmen-4	0,08	0,12	-0,04
Unternehmen-5	0,57	0,58	-0,01
Unternehmen-6	0,47	0,47	-
Unternehmen-7	0,10	0,10	-
Unternehmen-8	1,19	1,15	0,04
Unternehmen-9	0,52	0,44	0,08
Unternehmen-10	0,68	0,60	0,08
Unternehmen-11	0,60	0,50	0,10
Unternehmen-12	0,34	0,23	0,10
Unternehmen-13	0,97	0,78	0,19
Unternehmen-14	0,60	0,40	0,20
Unternehmen-15	0,75	0,44	0,30
Unternehmen-16	0,63	0,22	0,41
Durchschnitt	0,56	0,49	0,07

Quelle: EHI

Negativ wirkten sich in einigen Fällen auch der preisverfall in einigen Sortimentsbereichen, Neueröffenungen oder Geschäftsübernahmen sowie gewerbsmäßige Bandendiebstähle aus.

Große Supermärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 17)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,70	0,90	-0,20
Unternehmen-2	0,59	0,70	-0,11
Unternehmen-3	0,78	0,85	-0,07
Unternehmen-4	0,52	0,59	-0,07
Unternehmen-5	0,34	0,39	-0,05
Unternehmen-6	0,37	0,28	0,09
Unternehmen-7	0,64	0,48	0,16
Unternehmen-8	0,49	0,30	0,19
Unternehmen-9	0,42	0,11	0,31
Durchschnitt	0,54	0,51	0,03

Quelle: EHI

Die Angaben enthalten durchschnittliche Marktgrößen je Unternehmen von 530 bis 2.140 qm Verkaufsfläche auf Basis von 3.475 Märkten mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.460 qm.

Große Supermärkte

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

SB-Warenhäuser 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 18)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,57	0,68	-0,11
Unternehmen-2	0,63	0,74	-0,11
Unternehmen-3	0,72	0,79	-0,07
Unternehmen-4	0,30	0,23	0,06
Durchschnitt	0,55	0,61	-0,06

Quelle: EHI

Getränkefachmärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 19)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,25	0,27	-0,02
Unternehmen-2	0,17	0,15	0,02
Unternehmen-3	0,29	0,24	0,05
Durchschnitt	0,24	0,22	0,02

Quelle: EHI

Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der großen Supermärkte sind von 0,54 auf 0,51 Prozent vom Umsatz gesunken. Betrachtet man jedoch nur die Unternehmen, so stehen vier Verbesserungen fünf schlechteren Ergebnissen gegenüber. Als besondere Einflussfaktoren wurden Neueröffnungen, Übernahmen, Sortimentsveränderungen und gewerbsmäßige Diebstähle genannt. Die Angaben beziehen sich auf durchschnittliche Marktgrößen von 3.330 qm Verkaufsfläche auf Basis von 223 Märkten.

SB-Warenhäuser

Die Entwicklung bei den SB-Warenhausbetreibern zeigt überwiegend ein schlechteres Bild im Vergleich zum Vorjahr: Die Durchschnittswerte stiegen von 0,55 Prozent auf 0,61 Prozent deutlich an. Die Angaben der Unternehmen beinhalten 381 Märkte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 6.730 qm. Als besondere Einflussfaktoren wurden lediglich Umbaumaßnahmen in einem Fall genannt.

Getränkefachmärkte

Bei den erstmals ausweisbaren Getränkefachmärkten weisen alle Unternehmen ähnlich geringe Inventurdifferenzen aus. Die besseren Bestandsdifferenzen führen die Unternehmen auf intensive Personalschulungen, Revisionsprüfungen, Testkäufe und verstärkte Kameraausstattungen in den Märkten zurück. Die Angaben basieren auf 349 Märkten mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von knapp 600 qm.

Drogeriemärkte

Die Daten von führenden Drogeriemarktunternehmen mit 4.458 Märkten mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rund 615 qm können als branchentypisch angesehen werden.

Im Vergleich zu anderen Branchen liegt das Niveau etwas höher, was sich sehr leicht durch das diebstahlanfällige Sortiment, wie z.B. dekorative und pflegende Kosmetik sowie Parfüms usw., erklären lässt. Die prägnanten Unterschiede im Niveau der Inventurdifferenzen lassen sich auf die unterschiedlichen Sortimentsschwerpunkte zurückführen. In den letzten Jahren ist es den meisten Drogeriemarktunternehmen gelungen, ihre Inventurdifferenzen kontinuierlich zu reduzieren. Als besondere Einflüsse wurden genannt: Einsatz von Kameratechnik in Problemfilialen mit hohem Inventurmanko, Mitarbeiterschulungen zur Aufmerksamkeit und Sensibilisierung, regelmäßige Bestandsprüfungen in Problemwarengruppen mit entsprechenden Maßnahmen sowie Umstellung des Inventurverfahrens.

Textilkaufhäuser und Warenhäuser

Nach Rückgängen der durchschnittlichen Inventurdifferenzen in den Vorjahren musste die Mehrzahl der Unternehmen 2014 eine Erhöhung ihres Inventurdifferenzniveaus feststellen. Da die übrigen Unternehmen keine deutlichen Verbesserungen erzielen konnten, scheint dieser Trend branchentypisch zu sein. Ausgefeilte Warensicherungssysteme, optimierte Detektiveinsätze und vor allem ein kontinuierlicher Ausbau der Kameratechnik bei gleichzeitiger Verbesserung der internen Kontroll- und Auswertungsmög-

Drogeriemärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 20)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,95	0,98	- 0,03
Unternehmen-2	0,43	0,42	0,01
Unternehmen-3	1,01	0,99	0,02
Unternehmen-4	0,75	0,72	0,03
Durchschnitt	0,79	0,78	0,01

Quelle: EHI

Waren- und Textilkaufhäuser 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 21)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,65	0,87	-0,22
Unternehmen-2	0,63	0,77	-0,14
Unternehmen-3	0,51	0,64	-0,13
Unternehmen-4	0,19	0,26	-0,07
Unternehmen-5	1,30	1,33	-0,03
Unternehmen-6	0,49	0,52	-0,03
Unternehmen-7	0,31	0,33	-0,02
Unternehmen-8	0,09	0,07	0,02
Unternehmen-9	0,62	0,60	0,02
Unternehmen-10	0,31	0,04	0,27
Durchschnitt	0,51	0,54	-0,03

Quelle: EHI

Bekleidungsfachgeschäfte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 22)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	1,04	1,22	-0,17
Unternehmen-2	0,60	0,70	-0,10
Unternehmen-3	0,40	0,50	-0,10
Unternehmen-4	0,43	0,48	-0,05
Unternehmen-5	0,1	0,13	-0,02
Unternehmen-6	0,22	0,24	-0,02
Unternehmen-7	1,00	1,00	-
Unternehmen-8	0,40	0,40	-
Unternehmen-9	1,50	1,50	-
Unternehmen-10	0,30	0,30	-
Unternehmen-11	0,39	0,37	0,02
Unternehmen-12	0,31	0,24	0,07
Unternehmen-13	1,08	0,99	0,09
Unternehmen-14	0,21	0,08	0,13
Unternehmen-15	0,70	0,50	0,20
Unternehmen-16	1,85	1,60	0,25
Durchschnitt	0,66	0,64	0,02

Quelle: EHI

lichkeiten haben in den letzten Jahren die Verluste begrenzen können. Intensive Personalschulungen wurden 2014 bei mehreren Unternehmen durchgeführt. Besonders vom Ladendiebstahl waren wiederum hochwertige und exklusive Marken betroffen. Die Angaben beziehen sich auf 259 Häuser mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 7.220 qm.

Bekleidungsfachgeschäfte

Die heterogene Struktur der meist kleineren Damenoder Herrenmodegeschäfte, Wäschegeschäfte und Sportfachgeschäfte mit Verkaufsflächen überwiegend unter 400 qm, unterschiedlichen Sortimenten, Zielgruppen und Geschäftslagen führt auch zu größeren Bandbreiten im Niveau der Inventurdifferenzen. Beteiligt sind in diesem Jahr etwa zur Hälfte Filialisten und inhabergeführte Fachgeschäfte. Die 587 Geschäfte haben eine durchschnittliche Verkaufsfläche von rund 245 qm. Besondere Einflüsse beim Inventurergebnis 2014 wurden von beteiligten Unternehmen nicht aufgezählt.

Textilfachmärkte

Textilfachmärkte – hier liegen Daten von neun Unternehmen mit insgesamt 6.869 Märkten mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 495 qm vor – konnten ihre Inventurdifferenzen in den letzten Jahren kontinuierlich verbessern. Im Jahr 2014 setzte sich diese Entwicklungs abermals fort. Die Ursachen für den geradlinigen Abbau von Inventurverlusten sind von den gesetzten Schwerpunkten der Unternehmen abhängig. So wurden von den beteiligten Unternehmen ausdrücklich folgende Maßnahmen als ursächlich und wirkungsvoll aufge-

Textilfachmärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 23)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,40	0,50	-0,10
Unternehmen-2	0,31	0,34	-0,03
Unternehmen-3	0,77	0,79	-0,02
Unternehmen-4	0,35	0,37	-0,02
Unternehmen-5	0,48	0,46	0,02
Unternehmen-6	0,63	0,55	0,08
Unternehmen-7	1,30	1,20	0,10
Unternehmen-8	0,49	0,38	0,11
Unternehmen-9	0,42	0,30	0,12
Durchschnitt	0,57	0,54	0,03

Quelle: EHI

listet: Schulung der Mitarbeiter zu den Themen Ladendiebstahl und Mitarbeiterdelikte sowie Ausbau von Warensicherungsanlagen und Sicherheitsauszeichnung, teilweise auch umfangreichere Analysen aus Warenwirtschaft und Data-Warehouse bis hin zur artikelgenauen Inventurdifferenzanalyse. Als positiver Einfluss wurde auch die Verkaufsflächenoptimierung (Sortimentsplatzierung, Regalaufbau) genannt. Die Entwicklung verläuft jedoch teilweise unterschiedlich. Es gibt Unternehmen mit schlechteren Inventurdifferenzen, aber insgesamt überwiegen Unternehmen mit spürbaren Verbesserungen. Besondere Einflüsse waren hier mehrfach durch Auswei-

Schuhfachgeschäfte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 24)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,47	0,51	-0,04
Unternehmen-2	0,43	0,46	-0,03
Unternehmen-3	0,20	0,20	-
Unternehmen-4	0,35	0,33	0,02
Unternehmen-5	0,80	0,70	0,10
Durchschnitt	0,45	0,44	0,01

Quelle: EHI

tung elektronischer Artikelsicherungssysteme und in einem Fall durch Umstellung auf RFID gegeben. Vermehrte Einbrüche, Zunahme von Ladendiebstählen und insbesondere auch Bandendiebstähle wurden wiederum explizit genannt.

Schuhfachgeschäfte

Bei den Schuhfachgeschäften liegen Daten von fünf Unternehmen – zwei Filialisten und drei inhabergeführt – vor. Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der 605 Schuhfachgeschäfte zeigen kaum Abweichungen zum Vorjahr. Positiv wirkten sich verstärkte Personalschulungen und der Einsatz von Videotechnik aus, negativ zumindest in einem Fall die Umstellung der Warenpräsentation.

Baumärkte 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 25)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,32	0,72	-0,40
Unternehmen-2	0,17	0,20	-0,03
Unternehmen-3	0,44	0,45	-0,01
Unternehmen-4	1,00	1,00	-
Unternehmen-5	0,87	0,84	0,03
Unternehmen-6	0,68	0,58	0,10
Unternehmen-7	1,20	1,10	0,10
Unternehmen-8	0,20	0,09	0,11
Durchschnitt	0,61	0,62	-0,01

Quelle: FHI

Möbelhäuser 2013 und 2014

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 26)

Inventurdifferenzen	2013	2014	Verän- derung
Unternehmen-1	0,70	0,80	-0,10
Unternehmen-2	0,22	0,25	-0,03
Unternehmen-3	0,28	0,31	-0,03
Unternehmen-4	0,09	0,09	-
Unternehmen-5	0,50	0,50	-
Durchschnitt	0,36	0,39	-0,03

Quelle: EHI

Baumärkte

Per saldo sind die Bestandsverluste der beteiligten Baumarktbetreiber nahezu unverändert. Sechs Filialisten stehen zwei Einzelbetrieben gegenüber. Die acht Baumarktunternehmen betreiben insgesamt 808 Baumärkte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 6.430 qm. Als besondere Einflussfaktoren zählen einzelne Unternehmen verbesserte Inventurprozesse und optimierten Einsatz von Inventurdienstleistern, Schulung der Mitarbeiter und die Implementierung eines internen Kontrollsystems auf.

Möbelgeschäfte und Möbelhäuser

Die fünf Unternehmen betreiben insgesamt 22 Möbelhäuser unterschiedlicher Sortimentsausrichtung mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rund 4.500 qm. Bei den Unternehmen handelt es sich meistens um sogenannte Vollsortimenter, allerdings mit differenzierten Sortimentsschwerpunkten. Durch die unterschiedlichen Sortimente und Sortimentsanteile wird schnell klar, dass eine Vergleichbarkeit stark eingeschränkt ist. Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen insgesamt liegen typischerweise etwas über 0,3 Prozent vom Nettoumsatz und haben sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verschlechtert.

Sonstige Branchen

Unter "Sonstige" sind 14 heterogene Fachgeschäfte und Fachmärkte (Babyausstattung, Buchhandel, Elektronikfachhandel, Fahrradhandel, Juweliere, Lederwaren, Parfümerie, Schreibwaren, Spielwaren, Tabakwaren, Tiernahrung u.a.) subsumiert, die leider keine separaten branchenspezifischen Detailaus-

wertungen erlauben. Diese Gruppe weist überdurchschnittlich hohe Inventurdifferenzen aus, die auch mehrheitlich im Jahresvergleich gestiegen sind.

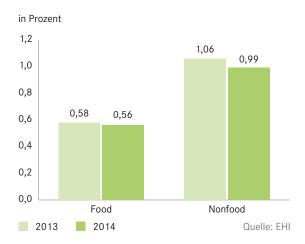
Besondere Einflussfaktoren 2014

Bei vielen Unternehmen waren 2014 besondere Einflüsse vorhanden, die aber nicht explizit bewertet werden können. Mit rund einem Fünftel aller Nennungen hatten Schulungskonzepte in vielen Unternehmen Einfluss auf die Inventurergebnisse. Neben der Sensibilisierung von Mitarbeitern zum Thema Ladendiebstahl gehört auch die Schulung von Organisationsabläufen und Inventuraufnahmen dazu. Die Forcierung technischer Maßnahmen wie Warensicherungssysteme sowie Kamera- und Videotechnik war ein weiterer Schwerpunkt. Ebenso hatten verstärkte Kontrolltätigkeiten durch Forcierung der Revisionstätigkeit vor Ort, häufigere Bestandskontrollen diebstahlgefährdeter Artikel und gezielte Wareneingangskontrollen Auswirkungen auf das Inventurergebnis. Ferner wurden organisatorische Veränderungen wie Prozessverbesserungen im Wareneingang und Lager sowie bei Inventuraufnahmen aufgeführt.

Zu erwarten waren auch Auswirkungen durch Umbauten, Erweiterungen, Neueröffnungen oder Umstellungen in Sortiment oder Vertriebstyp, die immer mit starken Veränderungen der Bestandsdifferenzen und besonders auffälligen Diebstahldelikten verbunden ist. Im Fokus standen dabei vor allem Bandendiebstähle und zumindest vermuteter gewerblicher Diebstahl.

Inventurdifferenzen nach Warengruppen

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 27)



Warengruppen im Lebensmittelhandel

Die Entwicklung der Durchschnittswerte von Inventurdifferenzen für Warengruppen im Lebensmittelhandel spiegelt im Jahr 2014 eine einheitliche Tendenz der Inventurdifferenzen wider. Frischebereiche in Bedienung, die Sonderbehandlungen erfahren, wie Obst und Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren oder Käse, sollten hier grundsätzlich nicht mit einfließen. Abb. 27 zeigt die Ergebnisse nach Warengruppen.

Die Ergebnisse für das Foodsortiment (Trockensortiment) sind leicht von 0,58 auf 0,56 Prozent vom Nettoumsatz zurückgegangen. Das Nonfood-Sortiment weist einen Rückgang von 1,06 auf 0,99 Prozent vom Nettoumsatz auf.

Da nicht alle an der Untersuchung beteiligten Unternehmen vollständige Angaben zu den Warengruppen gemacht haben, sind Zufallseinflüssse nicht auszuschließen, jedoch korrespondieren die Ergebnisse mit einem Rückgang der Bestandsverluste im Lebensmittelhandel insgesamt.

Warengruppen im Textilhandel

Die Inventurdifferenzen der Warengruppen im Textilhandel weisen überwiegend leicht erhöhte Inventurdiffferenzen auf. Mit Ausnahme von Wäsche sind die Werte in allen anderen Warengruppen leicht angestiegen.

Bewertung des Inventurdifferenzniveaus

Die teilnehmenden Unternehmen wurden um eine Selbsteinschätzung gebeten, wie sie das Niveau ihrer eigenen Inventurdifferenz bewerten. Hierzu wurde eine Skala von äußerst niedrig (1,0) bis stark verbesserungsfähig (5,0) vorgegeben.

Das Ergebnis ist wenig überraschend: Eine Mehrheit von 65 Prozent der Unternehmen findet das aktuelle Inventurdifferenzniveau akzeptabel oder besser, im Durchschnitt mit 2,95 bewertet! Das ist sogar etwas besser als in den Vorjahren (2,99/3,05) und belegt eine gewisse Zufriedenheit mit dem Erreichten.

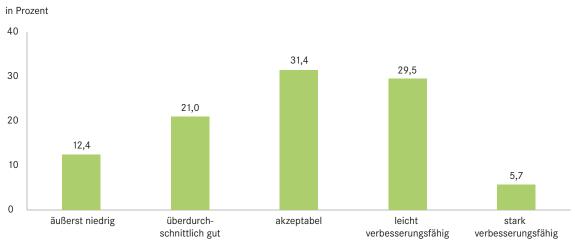
Inventurdifferenzen Bekleidungshandel nach Warengruppen

EK in Prozent vom Nettoumsatz (Abb. 28)



Bewertung des Inventurdifferenzniveaus

Selbsteinschätzung der Unternehmen (Abb. 29)



Quelle: EHI

Betrachtet man die einzelnen Branchen, so sind Möbelmärkte mit 1,40 am zufriedensten, gefolgt vom Textilhandel insgesamt (2,68). Allerdings gibt es hier deutliche Unterschiede in der Bewertung: Während Fachgeschäfte sowie Waren- und Textilkaufhäuser ihre eigene Situation als überdurchschnittlich gut beurteilen, sehen Fachmärkte mit 3,00 noch größere Verbesserungsmöglichkeiten.

Die Drogeriemarktbetreiber (2,67) finden ihre Inventurdifferenzen durchweg akzeptabel. Die "Sonstigen" (3,08) sehen noch Verbesserungspotenzial und damit einen größeren Handlungsbedarf.

Erstaulicherweise beurteilen die 36 Lebensmittelhändler ihr Inventurdifferenzniveau im Branchenvergleich am schlechtesten (3,44). Keine Untergruppe beurteilt hier die eigenen Bestandsdifferenzen besser als 3,00.

56,1% Kunden Verursacher 18,5 % Mitarbeiter 17,9 % Organisation 7,5 % Lieferanten/

Verursacher von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten, alle Branchen

Servicekräfte

Verursacher und Entstehungsorte

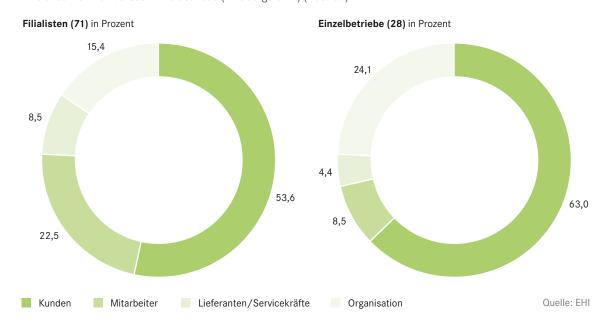
Einschätzungen von Handelsexperten

Prinzipiell sind vier Verursachergruppen – nämlich Kunden, eigene Mitarbeiter, Mitarbeiter von Lieferanten bzw. Servicekräfte und organisatorische Mängel – für Inventurdifferenzen verantwortlich zu machen. Zu den wertmäßigen Anteilen stehen aufgrund des enormen Dunkelfeldes nur Schätzungen von Handelsexperten zur Verfügung. Dass es sich hierbei um subjektive Einschätzungen handelt, da keine

objektiven Bewertungsmaßstäbe anzusetzen sind, zeigt sich in der Bandbreite der Meinungen. Zudem kommen noch betriebs- und standortspezifische Faktoren hinzu. Dennoch kann den ausgewiesenen Durchschnittswerten ein gewisser Wahrheitsgrad unterstellt werden, der mittels Hochrechnungen auf Plausibilität überprüft werden kann.

Verursacher von Inventurdifferenzen

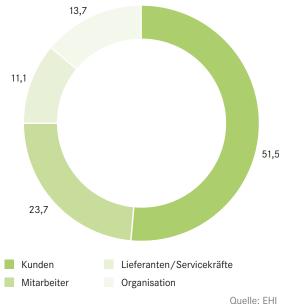
Filialunternehmen versus Einzelbetriebe (inhabergeführt) (Abb. 30)



Verursacher von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten, nur Lebensmittelhandel (Abb. 31)

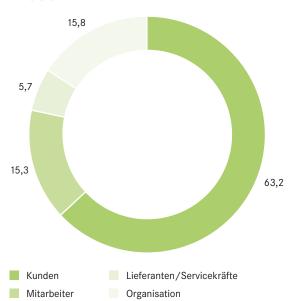
in Prozent



Verursacher von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten, nur Bekleidungshandel (Abb. 32)

in Prozent



Quelle: EHI

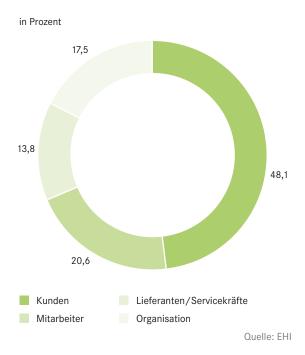
Nach Einschätzung der Experten, die zu zwei Dritteln aus Filialunternehmen stammen, entfallen im Durchschnitt aller Branchen auf die Verursachergruppen folgende Anteile: Kunden 56 Prozent, Mitarbeiter gut 18 Prozent, Lieferanten und Servicekräfte zusammen fast 8 Prozent und organisatorische Mängel knapp 18 Prozent.

Der organisatorische Anteil umfasst Erfassungs-, Buchungs- und Bewertungsfehler, die sowohl positive als auch negative Wirkungen auf den Inventurdifferenzausweis haben können. Einiges deutet darauf hin, dass die Ermittlung von Inventurdifferenzen in den letzten Jahren zuverlässiger und genauer geworden ist.

Einzelunternehmen haben in der Regel ein viel höheres Vertrauen in die eigenen Mitarbeiter als Filialisten. Der Vergleich in Abb. 30 zeigt, dass der wertmäßige Anteil an den Inventurverlusten durch eigene Mitarbeiter deutlich geringer eingeschätzt wird.

Verursacher von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten, nur Baumärkte (Abb. 33)



Je nach Branche ergeben sich gravierende Unterschiede in der Einschätzung. Auch die Diskrepanzen innerhalb einer Branche offenbaren, wie subjektiv die Mutmaßungen über Häufigkeit und Ausmaß der Ladendiebstähle sind. Die Ursache kann nur in der hohen Dunkelziffer liegen. Sicher sind auch branchenbedingte Unterschiede vorhanden, die z.B. durch die Zahl der Wareneingänge oder die Zahl der Lieferanten bedingt werden. Ebenso stellt das Sortiment einen entscheidenden Einflussfaktor dar. Im Textil-

handel sowie in Kauf- und Warenhäusern wird der Kundendiebstahl in der Regel deutlich über 50 Prozent eingeschätzt.

Tendenziell wird der Anteil der Kundendiebstähle an den Inventurdifferenzen im Lebensmittelhandel, bei Baumärkten und im Möbelhandel geringer eingeschätzt. Der Branchenvergleich zeigt beispielsweise auch, dass dort, wo viele Wareneingänge bestehen und Lieferanten bzw. Servicekräfte ein und aus gehen wie im LEH, die geschätzten Anteile für diese Personenkreise entsprechend höher ausfallen. Im Möbelhandel fällt der geschätzte organisationsbedingte Anteil mit über 40 Prozent am höchsten aus.

Rechnet man diese Einschätzungen der Filialisten auf den für die Untersuchung relevanten stationären Einzelhandelsumsatz von ca. 390 Milliarden Euro pro Jahr in Deutschland hoch, so verursachen Kunden pro Jahr rund 2,1 Milliarden Euro Verluste durch Ladendiebstahl und die eigenen Mitarbeiter immerhin fast 900 Millionen. Bei rund 2.5 Millionen Beschäftigten im Einzelhandel beträgt der "durchschnittliche statistische Schaden" pro Mitarbeiter rund 360 Euro im Jahr. Daran lässt sich leicht erkennen, dass wenige unehrliche Mitarbeiter enorme Schäden verursachen, während bei Kundendiebstählen die Häufigkeit der Taten zum deutlich höheren Gesamtschaden führt. Der Kundendiebstahl ist aber wertmäßig für etwas mehr als die Hälfte der Inventurdifferenzen ursächlich: An jedem Verkaufstag entsteht dem deutschen Einzelhandel ein Schaden in Höhe von fast 7 Millionen Euro durch Kundendiebstahl!

Entstehungsorte von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten, alle Branchen (Abb. 34)

in Prozent in Prozent 2,6 3,4 10.1 5,5 12,7 7,4 8,1 8,5 15.8 22,6 56,0 47,3 Wareneingang Wareneingang Kasse Kasse Lagerbereich Verwaltung Lagerbereich Verwaltung Verkaufsraum Sonstige Verkaufsraum Sonstige Quelle: EHI Quelle: EHI

Entstehungsorte von Inventurdifferenzen

Wenn eine grobe Einteilung die Ursachen von Inventurdifferenzen zwischen Kundendiebstahl, Straftaten durch eigenes Personal, Straftaten durch Personal von Lieferanten und Dienstleistern sowie Organisationsmängeln unterscheidet, so ist zu berücksichtigen, dass die Verluste an ganz unterschiedlichen Stellen –

beim Wareneingang, im Lager, beim innerbetrieblichen Transport, bei der Preisauszeichnung, im Verkaufsraum – auftreten können.

Entstehungsorte von Inventurdifferenzen

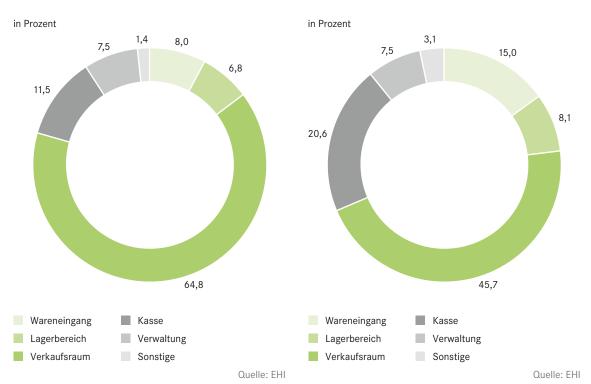
Einschätzung von Handelsexperten,

Lebensmitteleinzelhandel (Abb. 35)

Es steht außer Frage, dass im Verkaufsraum und an der Kasse die meisten Inventurdifferenzen durch Diebstahl entstehen. Der Gesamteinschät-

Entstehungsorte von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten, Bekleidungshandel (Abb. 36)



zung zufolge entstehen dort mindestens zwei Drittel aller Verluste. Im Durchschnitt aller Branchen entsteht mehr als die Hälfte der Verluste (56 Prozent) im Verkaufsraum, und rund 16 Prozent ereignen sich an der Kasse. Aber auch der Wareneingang gehört zumindest in einigen Branchen zu den neuralgischen Punkten. Bei der Einschät-

zung zum Entstehungsort Lager ist zu berücksichtigen, dass sehr viele Märkte gar kein Lager oder Zwischenlager unterhalten, und wenn, dann meistens nur in geringem Umfang. Nicht verwunderlich ist, dass die auf den Verkaufsraum entfallenden Verluste mit den Einschätzungen zum Anteil des Kundendiebstahls korrelieren.

Entstehungsorte von Inventurdifferenzen

Einschätzung von Handelsexperten,

Baumärkte (Abb. 37)



Kriminalität im Handel

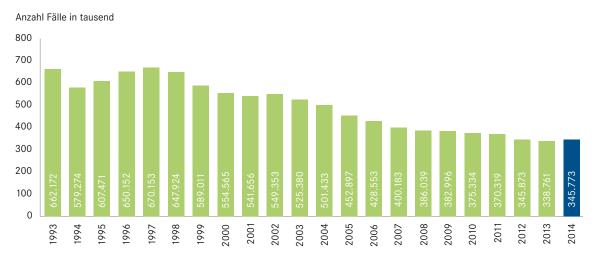
Entwicklung der angezeigten Ladendiebstähle

Die polizeilichen Kriminalstatistiken erfassen die angezeigten Ladendiebstähle, differenziert nach einfachen (Ziffer *326) und schweren Ladendiebstählen (Ziffer *426). Registriert wurden im Jahr 2014 zusammen 365.373 Fälle (Vorjahr 356.152), was einem Anstieg gegenüber 2013 von 2,6 Prozent entspricht. Während die Zahl der einfachen Ladendiebstähle in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesunken ist, haben schwere Ladendiebstähle in

den letzten sieben Jahren fast dramatisch zugenommen. Die angezeigten Taten haben sich in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt. Schwerer Diebstahl liegt z.B. dann vor, wenn das Diebesgut durch ein verschlossenes Behältnis wie eine Glasvitrine oder eine andere Schutzvorrichtung (z.B. Warensicherung) gegen Wegnahme besonders gesichert und nicht von geringem Wert ist.

Angezeigte Ladendiebstähle in Deutschland

Einfacher Ladendiebstahl (Abb. 38)



Quelle: Polizeiliche Kriminalstatistiken, Kennziffer 326* - einfacher Ladendiebstahl

Betrachtet man die mittel- und längerfristige Entwicklung der angezeigten Ladendiebstähle, so sind die angezeigten Fälle seit 1997 kontinuierlich um 50 Prozent zurückgegangen.

Einige Fakten über ermittelte tatverdächtige Ladendiebe laut Polizeistatistik 2014: 62,2 Prozent männliche Tatverdächtige, 37,8 Prozent weibliche Tatverdächtige. Der Ausländeranteil ist mit 35,2 Prozent mehr als 3-mal so hoch wie ihr Bevölkerungsanteil von rund 10 Prozent und ist in den letzten Jahren stetig angestiegen (2013: 31 Prozent; 2012: 25 Prozent). Gemessen an ihrem Bevölkerungsanteil treten Jugendliche zwischen 14 und 16 Jahren am häufigsten in Erscheinung.

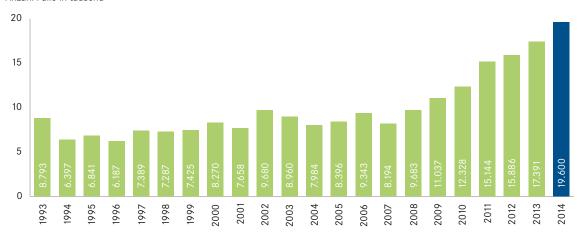
Bei einfachem Ladendiebstahl handelt es sich bei rund drei Vierteln der Fälle um sogenannte "Bagatelldelikte", die einen Warenwert von 15 Euro nicht übersteigen.

Weitere Kennzahlen zum einfachen Ladendiebstahl aus der Kriminalstatistik 2013 (Detaildaten für 2014 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor), die sich erfahrungsgemäß nur geringfügig verändern, sind: Der durchschnittliche Diebstahlwert beträgt rund 81 Euro. 79,5 Prozent (Vorjahr 87,6 Prozent) der Tatverdächtigen sind Alleinhandelnde, während 20,5 Prozent in Gruppen (Vorjahr 12,4 Prozent) auftraten. Der Anteil der Mehrfachtäter, also Tatverdächtige, die bereits früher schon einmal ertappt

Angezeigte Ladendiebstähle in Deutschland

Schwerer Ladendiebstahl (Abb. 39)

Anzahl Fälle in tausend



Quelle: Polizeiliche Kriminalstatistiken, Kennziffer 426* – schwerer Ladendiebstahl

wurden, beträgt 44 Prozent. 5,1 Prozent standen zum Tatzeitpunkt unter dem Einfluss harter Drogen und 4,9 Prozent unter Alkoholeinfluss.

Beim schweren Ladendiebstahl, also Diebstahl unter erschwerten Bedingungen, ergeben sich folgende Kennzahlen: Nur noch gut 20 Prozent der Fälle sind "Bagatelldelikte" mit einem Warenwert von unter 15 Euro, und der durchschnittliche Diebstahlswert beträgt 420 Euro (Vorjahr 390 Euro)! In mehr als der Hälfte aller Fälle sind die Täter in Gruppen aktiv (54,6 Prozent), der Anteil der Mehrfachtäter beträgt 73 Prozent. 17 Prozent der Täter standen bei ihrer Tat unter dem Einfluss harter Drogen und weitere 6,6 Prozent unter Alkoholeinfluss. Der Anteil nichtdeutscher Tatverdächtiger liegt 2014 bei 64,3 Prozent (Vorjahre 59,3 Prozent / 49,6 Prozent) und hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen.

Enormes Dunkelfeld beim Ladendiebstahl

Die Zahlen der polizeilichen Kriminalstatistiken vermitteln den Eindruck, der Kundendiebstahl sei auf niedrigem Niveau relativ konstant. Die Einschätzungen des Handels zur aktuellen Kriminalitätslage stehen jedoch im Widerspruch zur amtlichen Statistik.

Wesentlich ist, dass die polizeilichen Kriminalstatistiken höchstens 2 Prozent aller tatsächlichen Delikte erfassen – die Dunkelziffer beträgt also über 98 Prozent! Das bedeutet, dass die polizeilich erfassten Ladendiebstähle nur die Spitze des Eisbergs darstellen und die Mehrheit aller Delikte gar nicht erkannt oder nicht angezeigt wird. Insofern besitzt diese Statistik nur eine eingeschränkte Aussagefähigkeit.

"Jährlich werden mindestens 26 Millionen Ladendiebstähle mit einem durchschnittlichen Warenwert von 80 Euro nicht erkannt und auch nicht angezeigt."

Frank Horst

Setzt man den durchschnittlichen Schaden der angezeigten Taten in Höhe von rund 80 Euro in Relation zum Inventurverlustanteil, der Kunden (2,1 Milliarden Euro) zugerechnet werden muss, so ergibt sich, dass jährlich mehr als 26 Millionen Ladendiebstähle unentdeckt bleiben!

Seit 1997 sind die angezeigten Fälle von Ladendiebstahl rückläufig. Die Gründe dafür sind vielschichtig. Sicher ist, dass der Handel seine Investitionen zur Vermeidung von Ladendiebstahl deutlich verstärkt hat. Dadurch ist Ladendiebstahl vielerorts schwieriger geworden, und es lassen sich vor allem Gelegenheitsdiebstähle verhindern, jedoch nicht in dem Ausmaß, wie es sich in den Kriminalstatistiken darstellt. In der Praxis sind immer wieder Verlagerungseffekte der Diebstähle von gut geschützten und überwachten Betrieben zulasten von weniger geschützten Geschäften festzustellen.

Verlängerte Öffnungszeiten bei geringerer Personalbesetzung begünstigen unentdeckten Ladendiebstahl. Ladendiebstahlsanzeigen erfolgen zudem zu einem hohen Prozentsatz durch Kaufhausdetek-

tive und Sicherheitsfachkräfte. Obwohl die Ladenöffnungszeiten stark erweitert wurden, sind die
Detektiveinsatzstunden nicht erhöht worden. Es
wurde zwar mehr Technik zur Prävention, aber nicht
zur Überführung eingesetzt. Da insgesamt weniger
Personal zur "Flächenbeaufsichtigung" zur Verfügung
steht, werden immer weniger Taten entdeckt und
angezeigt. Hinzu kommt noch eine gewisse "Anzeigemüdigkeit" infolge mangelnder Bestrafung der Täter.
Kosteneinsparungen und Budgetverschiebungen

zugunsten präventiver Maßnahmen führen zwangsläufig zu weniger Anzeigen. Ferner sind potenzielle Diebe erfinderisch und finden immer wieder Wege, Sicherheitsmaßnahmen zu umgehen.

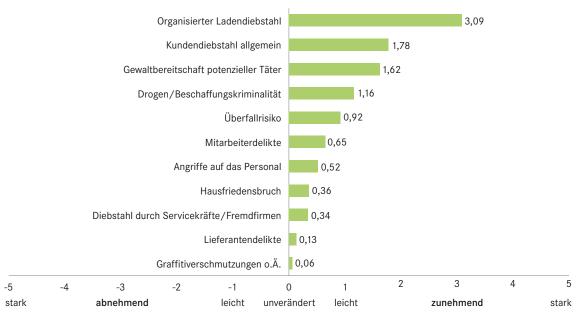
Erwartungen an die Kriminalitätsentwicklung im Einzelhandel

Der Handel rechnet trotz konstanter Bestandsverluste mit zunehmenden kriminellen Bedrohungen. Laut den aktuellen Befragungsergebnissen wird in

Einschätzungen der Kriminalitätsentwicklung im Handel

Zukünftige Erwartungen (Abb. 40)





Basis: 90 Unternehmen Quelle: EHI

fast allen Bereichen eine weitere Zunahme der Kriminalität erwartet. Im Grunde keine neue Erkenntnis, denn ähnliche Bewertungen hat es bereits bei den vergangenen Jahreserhebungen gegeben.

Ladendiebstähle in ihren unterschiedlichen Formen und Ursachen wie Gelegenheitsdiebstahl, Beschaffungskriminalität, Diebstahl auf Bestellung, Bandendiebstahl usw. sind aber mit Abstand das größte Problem für den Einzelhandel.

Im Fokus steht vor allem ein Aspekt, der immer weiter in den Vordergrund rückt: "organisierter Ladendiebstahl" im Sinne von Bandendiebstählen und gewerblichem Diebstahl (jedoch nicht im Sinne von "organisierte Kriminalität" laut Definition des BKA) und Diebstähle auf Bestellung von professionell agierenden Tätergruppen, die bei jedem Zugriff wertmäßig hohen Schaden verursachen. Auch die Beschaffungskriminalität in Ballungszentren bereitet den Händlern nach wie vor Sorgen. Hinzu kommt die Ein-

Einschätzungen der Kriminalitätsentwicklung im Handel

Vergleich 2013 bis 2015 (Abb. 41)

nach Punkten von -5 bis 5



schätzung vieler Unternehmen zur zunehmenden Gewaltbereitschaft potenzieller Täter. Dies drückt sich auch in einem zumindest gefühlt hohen Überfallrisiko aus, während die Gefahr von Angriffen auf das Personal geringer eingeschätzt wird als in den Vorjahren.

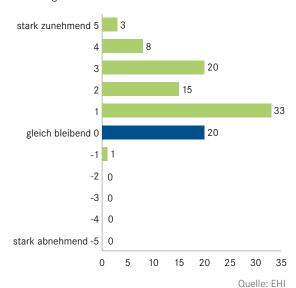
Die Beurteilungen zeigen im Vergleich zu den Vorjahresergebnissen ähnliche Ergebnisse. Die Verteilung der Antworten auf einer Skala von -5 bis +5 zeigt, dass es kein Unternehmen gibt, das einen

Rückgang des organisierten Ladendiebstahls erwartet. Auch beim gewöhnlichen Kundendiebstahl gibt es nur ein Unternehmen, das einen Rückgang der Diebstähle im eigenen Unternehmen als Resultat verstärkter Sicherheitsanstrengungen annimmt. Als weniger bedrohlich werden der Anstieg von Mitarbeiterdelikten, Delikten seitens Servicefirmen, Hausfriedensbruch, Delikten durch Lieferanten und Graffitiverunreinigungen eingeschätzt.

Einschätzung

Entwicklung Kundendiebstahl Ø 1,69 (Abb. 42)

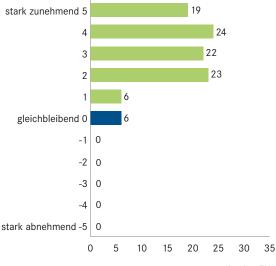
Verteilung der Antworten



Einschätzung

"Organisierter" Ladendiebstahl Ø 3,09 (Abb. 43)

Verteilung der Antworten



Obwohl es sich hierbei in den meisten Fällen um subjektive Einschätzungen handelt, kann insgesamt festgestellt werden, dass die Kriminalitätslage im Handel trotz relativ konstanter Diebstahlsanzeigen und Inventurverluste nach wie vor weitere Maßnahmen zur Prävention, Überwachung und Überführung erfordert.

Diebstahlrenner

Die Frage, welche Produkte bei Ladendieben am begehrtesten sind, lässt sich gar nicht so einfach beantworten. In nahezu jeder Branche gibt es diebstahlträchtige Produkte. Generell gilt: Was sich gut verkauft, wird auch oft geklaut. Häufig sind es kleine, relativ teure Artikel, die sich leicht in der Kleidung oder mitgebrachten Behältnissen verstecken lassen. Doch auch große und sperrige Artikel bleiben nicht vom Diebstahl verschont. Auch die leichte Wiederverkäuflichkeit des Diebesguts spielt bei einigen Tätergruppen eine große Rolle.

Diebstahlrenner

nach Branchen (Abb. 44)

Lebensmittelhandel	Bekleidungshandel	CE-Handel	Sonstige
ParfümDekorative Kosmetik	Hochwertige Markenbekleidung	 Multimedia/Tonträger/ Konsolenspiele 	ElektromaschinenElektrowerkzeuge
 Pflegende Kosmetik (Augen, Lippen, Gesicht) 	Accessoires (Sonnenbrillen,	Smartphones und Zubehör	 Handwerkzeuge
Spirituosen	Modeschmuck, Tücher, Schals, Gürtel etc.)	Speichermedien	SpielwarenKleinlederwaren
RasierklingenTabakwaren	Tops/T-Shirts/PolosJeans/Hosen	DruckerpatronenElektrokleingeräte	Schmuck/Mode- schmuck
■ Tchibo-Nonfood	■ Wäsche/Dessous		Sanitärartikel
KaffeeElektrozahnbürsten	Schuhe/SportschuheFunktionsbekleidung		KinderwagenLeuchtmittel
■ Schreibwaren/	■ Lederjacken		- Economicol
Zeitschriften Getränke/Leergut	■ Taschen		

"Was sich gut verkauft, wird auch oft geklaut."

Frank Horst

Die Auswertung nach der Frage zu den am meisten von Diebstahl betroffenen Artikel- und Warengruppen lässt daher nur branchenspezifische Antworten zu. Gut 30 Prozent aller Nennungen entfallen auf die Artikelgruppen Kosmetik und Parfüm, Spirituosen, und Tabakwaren. Danach folgen Multimediaprodukte (Konsolenspiele, Smartphones, Speichermedien, CDs/DVDs), Accessoires und Markenbekleidung.

Im Lebensmittelhandel sind es seit je Parfüms und Kosmetika, Rasierklingen, Tabakwaren, Spirituosen, Batterien, Schreibwaren und Zeitschriften, aber auch Kaffee und elektrische Zahnbürsten wurden aktuell aufgelistet. Selbst Leergut gehörte dazu.

Parfüm und Kosmetik zählen auch in Drogeriemärkten zu den Diebstahlrennern, vor allem Artikel aus

den Bereichen dekorative (Lippenstifte, Kajalstifte etc.) und pflegende Kosmetik (Augenpflege, Lippenpflege, Gesichtspflege) führen die Liste an. Im Bekleidungshandel zählen vor allem modische Markenartikel aller Art zu den begehrtesten Produkten. Besonders beliebt sind aktuell hochwertige Markenbekleidung, insbesondere aus DOB und Exklusivmarken, und Funktionsbekleidung. Aber auch Jeans, Wäsche und Dessous, T-Shirts und Tops sowie Accessoires (Tücher, Brillen, Modeschmuck) zählen zu den Artikeln, die oft nicht auf dem Kassenbon erscheinen. Je nach Sortimentsschwerpunkt befinden sich aber auch Lederjacken, Kleinlederwaren, Handtaschen und Sportschuhe auf den Hitlisten der Klaurenner. Im Consumer-Elektronik-Bereich liegt es nahe, dass Konsolenspiele, Tonträger, Smartphones samt Zubehör, Speicherkarten, Druckerpatronen und Elektrokleingeräte hohen Schwundraten ausgesetzt sind, sofern sie nicht massiv gesichert sind. Im Baumarkt rangieren Elektromaschinen und -werkzeuge sowie Werkzeugzubehör an oberster Stelle. Zudem wurden auch LED-Leuchten und Sanitärartikel als Diebstahlrenner benannt.

Exkurs:

Sonstige sicherheitskritische Bedrohungen

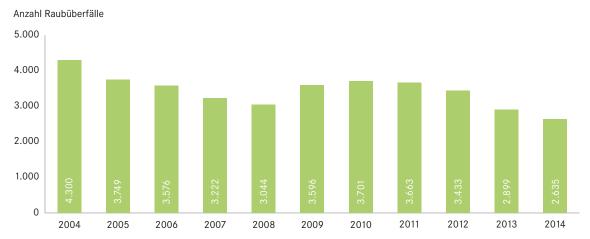
Der Handel ist auch abseits des Ladendiebstahls von sicherheitsrelevanten Ereignissen in starkem Maße betroffen. Sicherheit im Einzelhandel ist kein Selbstläufer: Eigentumsdelikte – Diebstahl und Einbruchdiebstahl – stehen an der Spitze aller Straftaten, hinzu kommen Überfälle und Betrügereien. Die hohe Kriminalität zwingt dazu, Sicherheitskonzepte zu entwickeln, zu überarbeiten und ständig anzupassen.

Absolute Zahlen zur Häufigkeit im Handel bzw. zur Betroffenheit der Händler sind kaum oder nur sehr schwer zu ermitteln.

Laut polizeilicher Kriminalstatistiken (PKS) sind die Raubüberfälle auf Verkaufsstellen (Zahlstellen und Geschäfte), zu denen auch der Einzelhandel gehört, in den letzten Jahren rückläufig. Besonders prägnant

Raubüberfälle auf Verkaufsstellen (Zahlstellen und Geschäfte)

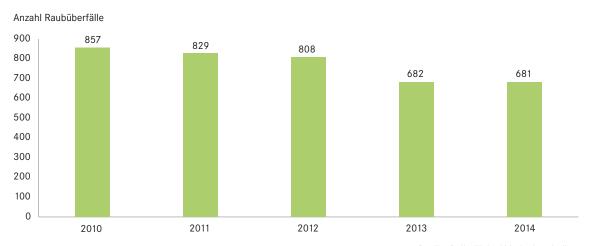
PKS - Kennziffer 2120 (ohne Spielhallen) (Abb. 45)



Quelle: Polizeiliche Kriminalstatistiken

Raubüberfälle auf Tankstellen

PKS - Kennziffer 2122 (Abb. 46)



Quelle: Polizeiliche Kriminalstatistiken

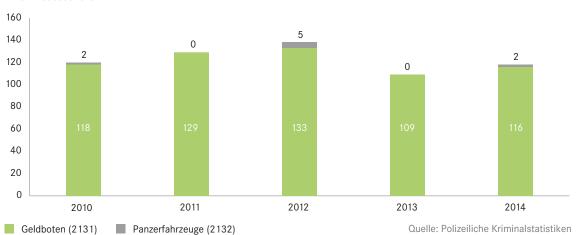
ist der Rückgang bei Raubüberfällen auf Tankstellen. Hier zeigt sich, dass die verstärken Sicherheitskonzepte der Tankstellenbetreiber, insbesondere in der Sicherung der Bargeldbestände sowie der Ausweitung und Verbesserung der Kameraüberwachung, offensichtlich Wirkung gezeigt haben, obwohl die Zahl der Raubüberfälle 2014 nicht weiter zurückgegangen ist.

Wenngleich die Entsorgung der Bargeldeinnahmen in vielen Handelsunternehmen mittlerweile professionellen Geld- und Wertdienstleistern überlassen wird, sind Bargeldtransporte immer mit Risiken behaftet. Die Zahl der Überfälle auf Geldtransporte liegt in Deutschland seit Jahren jedoch auf sehr niedrigem Niveau, was in erster Linie auf die hohen Sicherheitsstandards bei Geldtransporten zurückzuführen ist.

Bargeldtransporte: Überfälle auf Geld- und Werttransporte

PKS - Kennziffer 2130 (ohne Spielhallen) (Abb. 47)

Anzahl Raubüberfälle



Prävention

"Der ständigen Aufmerksamkeit und der Sensibilisierung des Personals kommen eine besondere Schlüsselrolle bei der Reduzierung des Ladendiebstahls zu."

Frank Horst
EHI Retail Institute

Prävention und Sicherheitsmaßnahmen

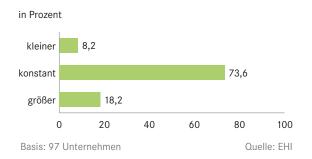
Budgets bleiben nahezu unverändert

Immerhin jedes sechste der befragten Unternehmen stockt in diesem Jahr sein Sicherheitsbudget auf. Knapp drei Viertel der Unternehmen belassen hingegen ihr Budget zur Reduzierung von Inventurdifferenzen im laufenden Jahr unverändert. Die "akzeptablen" Inventurergebnisse geben also keinen Anlass, die Budgets zu kürzen. Die Gefährdung wird weiterhin ernst genommen. Insgesamt gibt der Einzelhandel mittlerweile fast 1,3 Milliarden Euro zur Reduzierung von Inventurdifferenzen aus. Demnach betragen die Gesamtkosten für Inventurdifferenzen und deren Vermeidung jährlich 5,2 Milliarden Euro.

Durchschnittlich gibt jeder Händler rund 0,32 Prozent vom Umsatz für diebstahlreduzierende Maßnahmen aus. Während der Lebensmittelhandel im Durchschnitt etwa 0,23 Prozent vom Umsatz für Sicherungsmaßnahmen ausgibt, liegt die durchschnittliche Kostenbelastung im Textilhandel und bei Warenhäusern knapp unter 0,5 Prozent vom Umsatz. Die Gesamtkosten enthalten externe Kosten für Artikelsicherungsmaßnahmen, Kameraüberwachung, Detektiveinsätze, Testkäufe, Schulungsmaßnahmen und sonstige Sicherheitsmaßnahmen wie etwa diebstahlhemmende Verkaufsträger oder

Budgetentwicklung 2015

zur Vermeidung von Inventurdifferenzen – im Vergleich zum Vorjahr (Abb. 48)



Kosten zur Vermeidung von Inventurdifferenzen

1,3 Mrd. € pro Jahr (Abb. 49)

Branche	Budget in % vom Umsatz	Bandbreiten
Lebensmittel- handel	0,23 %	0,01 - 0,52 %
Textilhandel (inkl. Waren- häuser)	0,45 %	0,10 - 1,03 %
Baumärkte	0,39 %	0,20 - 0,75 %
Sonstige	0,46 %	0,08 - 1,15 %
Durchschnitt	0,32 %	

Basis: 74 Unternehmen

Softwareanalysetools zur Datenauswertung. Interne Personalkosten etwa für anteilige Kosten von Revisionsabteilungen oder Loss Prevention Departments sind darin jedoch noch nicht enthalten.

Als Faustregel gilt, dass die Unternehmen einen Betrag in Höhe eines Drittels ihrer Inventurverluste in Sicherheits- und Präventivmaßnahmen investieren.

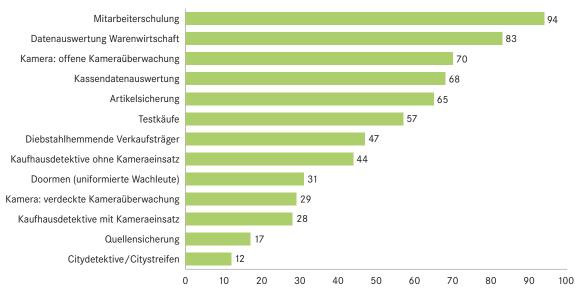
Übersicht eingesetzter Maßnahmen 2014

Zur Vermeidung von Inventurdifferenzen steht den Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen zur Verfügung. Je nach Unternehmen werden die Schwerpunkte unterschiedlich gesetzt. Einzelmaßnahmen sind eher die Ausnahme, in der Regel kommen mehrere Maßnahmen parallel zum Einsatz, die an verschiedenen Stellen ansetzen und sich optimalerweise ergänzen sollten. Die Intensität der durchgeführten Maßnahmen hängt meistens vom Inventurergebnis einer Filiale und vom sozialen Umfeld des jeweiligen

Maßnahmen 2014

Von den befragten Unternehmen aller Branchen setzten ein (Abb. 50)

in Prozent



Basis: 96 Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich

Standorts ab. Als Orientierung, wie verbreitet Maßnahmen im Handel zum Einsatz kommen, kann die Übersicht in Abb. 50 dienen.

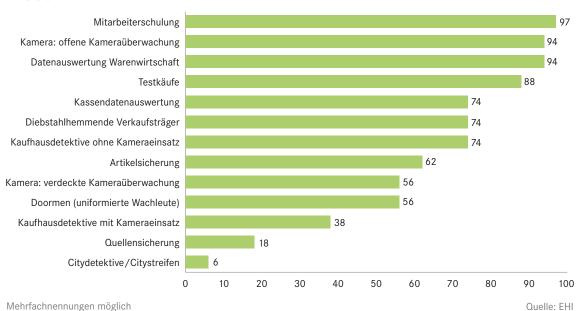
Wie eh und je haben Personalschulungen zur Vermeidung von Inventurdifferenzen, primär in den Bereichen Kasse, Verkauf und Wareneingang, die größte Bedeutung und werden selbst von einfachen und kostengünstigen Maßnahmen wie der Beschilderung mit Hinweis auf Strafandrohungen bzw. technischen Sicherheitsvorkehrungen nicht übertroffen.

Allerdings muss man die Ernsthaftigkeit von Schulungsmaßnahmen ständig hinterfragen: Offensichtlich wissen zwar alle Unternehmen um die Bedeutung von Trainingsmaßnahmen, allerdings sieht die betriebliche Praxis aus Gründen hoher Kosten und zeitlicher Ressourcen oft ganz anders aus. Es werden zwar Schulungen durchgeführt, aber um dauerhafte Wirkung zu erzielen, muss wesentlich häufiger und intensiver geschult werden.

Maßnahmen 2014

Von den befragten Unternehmen im Lebensmittelhandel setzten ein (Abb. 51)

in Prozent



55

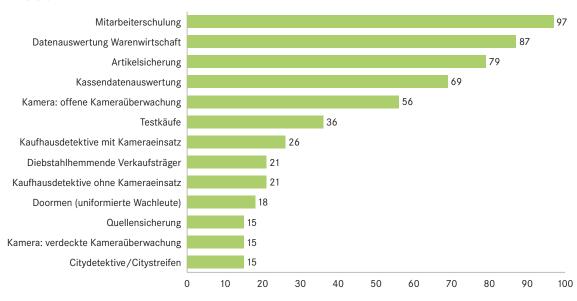
Für vier von fünf Unternehmen gehören Datenauswertungen mittels Warenwirtschaftssystemen
oder Data-Warehouse zum Standardrepertoire. Dies
belegt, wie wichtig fundiertes Datenmaterial geworden ist, um über Präventions- und Sicherheitsmaßnahmen zu entscheiden – Technik und Software
sind dazu heute meist vorhanden. Immerhin setzen
70 Prozent der befragten Unternehmen Kameraund Videotechnik unterschiedlicher Art als für den
Kunden sichtbare Überwachungsmaßnahme ein.
Weitere 13 Prozent nutzen bei konkretem Tatver-

dacht auch die Möglichkeit der verdeckten Videoobservierung. Fast genauso viele, nämlich 68 Prozent der Unternehmen, führen Kassendatenauswertungen durch, vorwiegend um Mitarbeiterdelikte einzudämmen. Elektronische Artikelsicherungsanlagen kommen in fast zwei Dritteln der befragten Unternehmen zum Einsatz. Testkäufe unterschiedlicher Art werden in deutlich mehr als der Häflte der Unternehmen regelmäßig durchgeführt, primär zur Steigerung der Aufmerksamkeit. Auch diebstahlhemmende Verkaufsträger haben für diebstahlanfällige Produktgrup-

Maßnahmen 2014

Von den befragten Unternehmen im Textilhandel setzten ein (Abb. 52)

in Prozent



Mehrfachnennungen möglich

Geplante Präventionsmaßnahmen - Trends 2015

Die befragten Unternehmen planen (Abb. 53)

Rang	folgende Maßnahmenveränderungen:	mehr	gleich	weniger
1	Mitarbeiterschulung	29 %	66 %	-
2	Kamera: offene Kameraüberwachung	27 %	45 %	3 %
3	Testkäufe	19 %	39 %	1 %
4	Datenauswertung Warenwirtschaft	17%	67 %	2 %
5	Kassendatenauswertung	15 %	51 %	2 %
6	Diebstahlhemmende Verkaufsträger	15 %	31 %	-
7	Artikelsicherung	12 %	54 %	-
8	Kaufhausdetektive ohne Kameraeinsatz	11 %	27 %	6 %
9	Doormen (uniformierte Wachleute)	6 %	24 %	2 %
10	Kaufhausdetektive mit Kameraeinsatz	6 %	22 %	2 %
11	Kamera: verdeckte Kameraüberwachung	5 %	16 %	7 %
12	Quellensicherung	4 %	13 %	-
13	Citydetektive/Citystreifen	1 %	12 %	-

Quelle: EHI

pen eine hohe Bedeutung in fast der Hälfte der Unternehmen.

Es muss hinzugefügt werden, dass diese Erkenntnisse keine Rückschlüsse auf die Intensität der durchgeführten Maßnahmen zulassen. Denn es ist ein wesentlicher Unterschied, ob beispielsweise Detektive täglich zwei Stunden oder aber zehn Stunden im Einsatz sind und ob bei einer Warensicherung das gesamte Sortiment oder nur wenige ausgewählte Artikel gesichert sind. Gleiches gilt etwa auch für die Kameraüberwachung, die mit unterschiedlichen Konzepten und unterschiedlicher Intensität durchgeführt werden kann.

Im Branchenvergleich Lebensmittelhandel mit dem Textilhandel zeigen sich Unterschiede in der Intensität und Rangfolge einzelner Maßnahmen.

Trends Maßnahmenschwerpunkte 2015

Mitarbeitertrainings haben aktuell wieder oberste Priorität. Die offene Kameraüberwachung – primär als Präventionsmaßnahme – steht bei mehr als einem Viertel der Unternehmen aktuell auf der Agenda. Bei der Befragung nach den geplanten Veränderungen im Maßnahmenmix ergaben sich primär folgende Prioritäten für forcierte Maßnahmen:

- Personalschulungen werden weiter forciert, speziell Schulungen des Kassenpersonals, aber auch der Führungs- und Verkaufskräfte.
- Die Ausweitung und Modernisierung von Kamerasystemen zur offenen Verkaufsraumüberwachung stehen dicht dahinter an zweiter Stelle.
- Testkäufe in verschiedenen Ausprägungen werden wieder in mehr Unternehmen durchgeführt, i.d.R. mit anschließenden Schulungen zur Steigerung der Sensibilität der Mitarbeiter.
- Gezielte Datenauswertungen anhand von Warenwirtschaftssystemen haben nach wie vor hohe Bedeutung, ebenso wie die Bondatenanalyse.
- Der Einsatz von diebstahlhemmenden Verkaufsträger und elektronischen Warensicherungen wird weiter vorangetrieben.
- Auch der klassische Kaufhausdetektiv wird wieder häufiger eingesetzt, ebenfalls auch Doormen.

Die Differenz zu 100 Prozent in den Zeilen der Abb. 53 erklärt sich durch Unternehmen, die keine Angaben zur jeweiligen Fragestellung machten. Insofern sind hohe Prozentzahlen auch ein Indiz für die Bedeutung von Einzelmaßnahmen.

Aktuelle Projekte 2015

Befragt nach den drei aktuell wichtigsten Projekten zur Reduzierung von Inventurdifferenzen in den Unternehmen ergab sich folgende Antwortverteilung:

Die drei aktuell wichtigsten Projekte

Verteilung der Antworten (Abb. 54)

Rang	Aktuelle Projekte	Prozent
1	Mitarbeiterschulungen	25,6 %
2	Warensicherungssysteme	16,9 %
3	Organisatorische Verbesserungen/Kontrollen	13,0 %
4	Kamera- und Videoeinsatz	12,2 %
5	Detektiveinsatz	9,4 %
6	Revisionsaktivitäten	7,5 %
7	Prozessverbesserungen	3,9 %
8	Sonstiges	3,1 %
9	Testkäufe	3,1 %
10	Bondatenanalysen	2,8 %
11	Datenauswertungen/ Warenwirtschaftliche Analysen	2,4 %

Basis: 254 Nennungen

Im Wesentlichen spiegeln die aktuell wichtigsten Projekte auch die geplanten Veränderungen wider, allerdings vom Tagesgeschäft beeinflusst. So haben Mitarbeiterschulungen mit deutlichem Abstand nach wie vor höchste Priorität im Tagesgeschäft. Danach folgen der Ausbau der Warensicherungssysteme und organisatorische Verbesserungen einschließlich effektiver Kontrolltätigkeiten in den Betriebsabläufen. Die Optimierung des Einsatzes der Kamera- und Videotechnik sowie des zugehörigen Sicherungskonzepts zählt ebenfalls zu den wichtigsten Projekten. Weiterhin werden auch Detektiveinsätze optimiert, Revisionstätigkeiten forciert und Prozessverbesserungen angestrebt.

Elektronische Artikelsicherungen (EAS)

62 Prozent der antwortenden Unternehmen haben bereits elektronische Artikelsicherungsanlagen in ihren Betrieben im Einsatz. Die an der Erhebung beteiligten Unternehmen hatten 2014 insgesamt rund 49 Prozent ihrer Geschäfte mit elektronischen Artikelsicherungssystemen ausgestattet. Durch Neuinstallationen werden Ende 2015 fast 53 Prozent der Geschäfte ausgestattet sein.

Die Unternehmen, die bereits elekronische Warensicherungssysteme einsetzen, hatten 2014 durchschnittlich 74 Prozent ihres Filialnetzes mit Warensicherungsanlagen ausgestattet. Von den EAS-Anwendern haben bereits 58 Prozent ihre Filialen vollständig mit elektronischen Warensicherungsanlagen ausgerüstet.

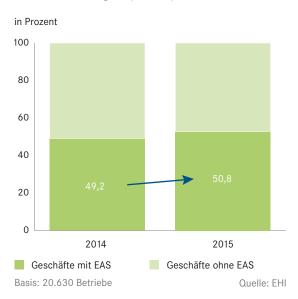
Diese Statistik ist nicht repräsentativ für den gesamten Einzelhandel, da sie sich überwiegend auf groß-

flächige Betriebe stützt sowie bedeutsame Handelsgruppen und wichtige Vertriebsschienen wie Discountunternehmen nicht mit einschließt. Dennoch zeigt sie einen klaren Trend auf.

Für die Marktanteile der einzelnen Technologien gilt, dass die akustomagnetische und radiofrequente Technologie den Markt dominieren. Die geplanten Neuinstallationen 2015 werden die Marktanteile beider Technologien weiter erhöhen. Im Untersuchungspanel haben die elektromagnetische und die RFID-Technologie zur Warensicherung zusammen einen Marktanteil von unter 5 Prozent.

EAS-Ausstattung

Kontinuierlich steigend (Abb. 55)



Fazit

"Diebstahlprävention ist eine Daueraufgabe, die sich auch am veränderten Tatverhalten orientiert."

Frank Horst

Schlussfolgerungen

Verlustfreie Warenbestände sind kein Selbstläufer

Das moderate Niveau der Inventurdifferenzen ist kein Grund, Investitionen in Präventiv- und Sicherheitsmaßnahmen zu vernachlässigen. Die Risiken durch Kundendiebstahl und Mitarbeiterdelikte sind unverändert hoch, wie vor allem die Einschätzungen zur Kriminalitätsentwicklung im Handel belegen. Auch kritische Medienberichte sollten Handelsunternehmen nicht davon abhalten, dort, wo es notwendig erscheint, unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der Persönlichkeitsrechte von Kunden und Mitarbeitern Überwachungs- und Kontrollmaßnahmen sinnvoll und gezielt einzusetzen.

Viele Positivbeispiele von Unternehmen, die über Jahre hinweg ihre Inventurdifferenzen kontinuierlich reduzieren konnten, belegen, dass die intensive Beschäftigung mit Bestandsverlusten und deren Vermeidung ein enormes Renditepotenzial birgt. Erfahrungen zeigen aber auch, dass die Sensibilität der Mitarbeiter ständig geschult werden muss und Sicherheitskonzepte permanent überarbeitet und angepasst werden sollten. Der ständigen Aufmerksamkeit des Personals kommt eine besondere Schlüsselrolle bei der Reduzierung von Ladendiebstahl zu.

Investitionen in Sicherheitssysteme müssen sich mittelfristig für den Handel rechnen. Denn es wird nur so viel investiert, wie Einsparungen durch geringere Inventurdifferenzen zu erwarten sind. Inventurdifferenzen und Präventionsmaßnahmen sind beides Kostenpositionen, wobei sich Inventurdifferenzen nie gänzlich reduzieren lassen werden. Vielmehr geht es darum, unternehmensspezifisch ein Optimum zu finden, das die Summe beider Kostenfaktoren minimiert.

Daher sollte auch darüber nachgedacht werden, wie Sicherheitssysteme nicht nur dem Aspekt des Diebstahlschutzes gerecht werden, sondern wie sie auch für andere Unternehmensbereiche genutzt werden können. Beispiele können sein: Bondatenanalysen für das Marketing, Kamerasysteme zur Alarmvorprüfung, Kundenzählung oder Messung von Kundenlaufwegen bzw. des Erfolgs von Marketingaktionen, Testkäufe zur Steigerung der Kundenzufriedenheit oder Warensicherungen als Mittel zur Verkaufsförderung. Auch unternehmensübergreifende Initiativen, wie z.B. die gemeinsame Beauftragung von Citystreifen/Citydetektiven, sind geeignet, die Sicherheit zu verbessern.

Nicht alle Unternehmen sind heute in der Lage, Inventurdifferenzen überhaupt auszuweisen. Wenn es jedoch gemacht wird, sollte es akribisch erfolgen. Der sorgfältigen Ermittlung von Inventurdifferenzen muss große Bedeutung beigemessen werden. Sie sollten nur tatsächliche Verluste beinhalten. Denn nur so kann sichergestellt werden, dass Maßnahmen an den richtigen Stellen ansetzen und die erwarteten Einsparungen auch realisiert werden können.

Abbildung	1	Datenbasis – 110 Unternehmen mit 20.766 Betrieben	13
Abbildung	2	Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt? - Alle Branchen	14
Abbildung	3	Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt? - Textilhandel	14
Abbildung	4	Wie werden Inventurdifferenzen ermittelt? - Lebensmittelhandel	15
Abbildung	5	Was wird artikelgenau erfasst?	15
Abbildung	6	Eingeschränkte Vergleichbarkeit – Wird erkannter Diebstahl erfasst und abgeschrieben?	16
Abbildung	7	Eingeschränkte Vergleichbarkeit – Werden Bruch und Verderb erfasst und abgeschrieben?	17
Abbildung	8	Eingeschränkte Vergleichbarkeit – Werden Preisänderungen genau erfasst?	17
Abbildung	9	Bezugsgrößen Inventurdifferenz – Umrechnungsbeispiele EK zu VK	18
Abbildung	10	Bezugsgrößen Inventurdifferenz – Umrechnungsbeispiele VK zu EK	19
Abbildung	11	Entwicklung der Inventurdifferenzen – Tendenz der letzten drei Jahre	20
Abbildung	12	Entwicklung der Inventurdifferenzen – Tendenz der letzten drei Jahre – nach Branchen	21
Abbildung	13	Unternehmensbezogene Veränderungen der Inventurdifferenz – Jahresvergleich 2014/2013	21
Abbildung	14	Inventurdifferenzen 2013 und 2014 – nach Betriebsformen EK in Prozent vom Nettoumsatz	23
Abbildung	15	Inventurdifferenzen 2013 und 2014 - Filialisten versus Einzelbetriebe	24
Abbildung	16	Supermärkte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	25
Abbildung	17	Große Supermärkte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	25
Abbildung	18	SB-Warenhäuser 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	26
Abbildung	19	Getränkefachmärkte 2013 und 2014 - EK in Prozent vom Nettoumsatz	26
Abbildung	20	Drogeriemärkte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	27
Abbildung	21	Waren- und Textilkaufhäuser 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	27
Abbildung	22	Bekleidungsfachgeschäfte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	28
Abbildung	23	Textilfachmärkte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	29
Abbildung	24	Schuhfachgeschäfte 2013 und 2014 - EK in Prozent vom Nettoumsatz	29
Abbildung	25	Baumärkte 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	30

Abbildung	26	Möbelhäuser 2013 und 2014 – EK in Prozent vom Nettoumsatz	30
Abbildung	27	Inventurdifferenzen nach Warengruppen – EK in Prozent vom Nettoumsatz	31
Abbildung	28	Inventurdifferenzen Bekleidungshandel nach Warengruppen – EK vom Nettoumsatz	32
Abbildung	29	Bewertung des Inventurdifferenzniveaus Selbsteinschätzung der Unternehmen	33
Abbildung	30	Verursacher von Inventurdifferenzen Filialunternehmen versus Einzelbetriebe	35
Abbildung	31	Verursacher von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – nur Lebensmittelhandel	36
Abbildung	32	Verursacher von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – nur Bekleidungshandel	36
Abbildung	33	Verursacher von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – nur Baumärkte	37
Abbildung	34	Entstehungsorte von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – alle Branchen	38
Abbildung	35	Entstehungsorte von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – Lebensmitteleinzelhandel	38
Abbildung	36	Entstehungsorte von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – Bekleidungshandel	39
Abbildung	37	Entstehungsorte von Inventurdifferenzen Einschätzung von Handelsexperten – Baumärkte	39
Abbildung	38	Angezeigte Ladendiebstähle in Deutschland – einfacher Ladendiebstahl	41
Abbildung	39	Angezeigte Ladendiebstähle in Deutschland – schwerer Ladendiebstahl	42
Abbildung	40	Einschätzungen der Kriminalitätsentwicklung im Handel – Zukünftige Erwartungen	44
Abbildung	41	Einschätzungen der Kriminalitätsentwicklung im Handel – Vergleich 2013 bis 2015	45
Abbildung	42	Einschätzung Entwicklung Kundendiebstahl	46
Abbildung	43	Einschätzung "organisierter" Ladendiebstahl	46
Abbildung	44	Diebstahlrenner – nach Branchen	47
Abbildung	45	Raubüberfälle auf Verkaufsstellen (Zahlstellen und Geschäfte)	49
Abbildung	46	Raubüberfälle auf Tankstellen – PKS – Kennziffer 2122	50

Abbildungsverzeichnis

Abbildung	47	Bargeldtransporte: Uberfälle auf Geld- und Werttransporte	51
Abbildung	48	Budgetentwicklung 2015 zur Vermeidung von Inventurdifferenzen – im Vergleich zum Vorjahr	53
Abbildung	49	Kosten zur Vermeidung von Inventurdifferenzen – 1,3 Mrd. € pro Jahr	53
Abbildung	50	Maßnahmen 2014 – Von den befragten Unternehmen aller Branchen setzten ein	54
Abbildung	51	Maßnahmen 2014 – Von den befragten Unternehmen im Lebensmittelhandel setzten ein	55
Abbildung	52	Maßnahmen 2014 – Von den befragten Unternehmen im Textilhandel setzten ein	56
Abbildung	53	Geplante Präventionsmaßnahmen – Trends 2015 – Die befragten Unternehmen planen	57
Abbildung	54	Die drei aktuell wichtigsten Projekte – Verteilung der Antworten	58
Abbildung	55	EAS-Ausstattung – Kontinuierlich steigend	59



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH Spichernstraße 55, 50672 Köln Tel. +49 221 57993-0 Fax +49 221 57993-45 info@ehi.org www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Frank Horst, horst@ehi.org

Layout:

Thi Lai Le, le@ehi.org

Druck:

cede Druck GmbH Gladbacher Straße 45 50672 Köln

Copyright© 2015

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-64 vertrieb@ehi.org www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-446-6

Preis: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Fotomontage; istockphoto (04: andresr; 06: Maxi-

photo, 08: fotofrog)

Ihr Fundament für sichere Entscheidungen

Die Datenbank zur Handelsbranche mit über 150.000 Daten, Kennzahlen und Benchmarks in über 9.000 Diagrammen und Statistiken: www.handelsdaten.de



* Im Tarif Basic können Sie die komplette Datenbank durchsuchen und haben jeden Monat Zugriff auf 3 Statistiken. Weitere Informationen und Tarife unter www.handelsdaten.de/preise

Ihr Kontakt:

Jürgen Poschmann Tel. +49 221 57993-698

E-Mail: kundenservice@handelsdaten.de

