

Früherkennung beugt Schäden vor

Erfolgreiche Diebstahlvorbeugung. Häufige Tricks beim Warenklau im Einzelhandel. Von Hans-Günther Lemke, Training für Führung und Verkauf, Porta Westfalica

Die Ladendiebe machen auch vor der „grünen Branche“ nicht halt. 2008 wurden in Deutschland Waren im Wert von über vier Milliarden Euro gestohlen. Dabei werden die Ladendiebe und Betrüger immer kreativer, professioneller und leider auch gewalttätiger.

Hierbei ist jeder Inhaber und jede Führungskraft eines Geschäftes gefordert, seine Mitarbeiter auf der Verkaufsfläche immer wieder über Verhaltensmuster, Tricks oder auch Erkennungsmerkmale möglicher Diebe zu informieren.

Auch wird heute zumindest in größeren Gartenfachgeschäften immer mehr auf elektronische Warensicherung, beispielsweise mit einer Videoüberwachungsanlage, gesetzt, was sicher auch eine gute „Abschreckung“ für potenzielle Diebe und Betrüger ist. Wer diese technischen Möglichkeiten nicht einsetzen will, muss umso mehr mit seinen Mitarbeitern regelmäßig über diese Problematik reden. Denn das beste Rezept, um einem Diebstahl und anderen Betrügereien entgegenzuwirken, ist immer noch der aufmerksame Mitarbeiter vor Ort.

Da die meisten Diebe „Gelegenheitsdiebe“ sind, das heißt wir haben hier weniger mit Profis zu tun, sondern mit ganz „normalen“ Kunden (häufig auch Stammkunden, die mit Namen bekannt sind), die hin und wieder etwas „mitgehen“ lassen und sich der Straftat oder der Auswirkungen, wenn ein Diebstahl entdeckt wird, nicht bewusst sind.

Jedoch liegt hier auch die Chance, diese Diebe im Gartenfachgeschäft, leichter zu erkennen, weil diese Personengruppe auch unter einer gewissen Anspannung steht und sich meist anders oder auch auffälliger verhält, als der ehrliche Kunde.

Wie erkenne ich einen möglichen Dieb?

Bei Personen mit folgenden Verhaltensweisen haben sie es mit großer Wahrscheinlichkeit mit potenziellen oder möglichen Ladendieben zu tun:

- Kunden, die sich vorsichtig nach allen Seiten umschauen und unauffällig wegschauen.
- Kunden vermeiden möglichst den direkten Augenkontakt und gehen Verkaufsmitteln gezielt aus dem Weg.
- Kunden stellen sich so hin, dass nicht gesehen oder bemerkt werden kann, was sie tun.
- Unruhiges und misstrauisches Beobachten von Käufern und Verkäufern (der ehrliche Kunde interessiert sich für die Ware und nicht für sein Umfeld).
- Der Kunde kommt oft an dieselbe Verkaufsstelle oder zur selben Warengruppe zurück, kauft jedoch nichts, sondern hält sich auffällig lange in einem bestimmten Bereich auf.
- Kunden öffnen und schließen häufiger als normal üblich ihre Mantel- oder Jackentaschen. Hier könnte es möglich sein, dass beispielsweise Ware versteckt wird.
- Langes, eingehendes Betrachten der Ware und Interesse für die unterschiedlichsten Artikel, die in die Hand genommen werden, häufig aber auch wieder zurückgelegt werden. Sinn und Zweck ist das Warten auf eine günstige Gelegenheit, die Ware zu „verstecken“.
- Der Kunde steht beispielsweise am Kerzenregal und geht nachdem er von einer Verkäuferin angesprochen wird, sofort weg.
- Vorsicht bei Ablenkungsmanövern! Wirken bei einem Diebstahl mehrere Personen zusammen, kann häufig folgendes Verhalten beobachtet werden:



Ladendetektiv bei der Auswertung der Monitore in einem Kaufhaus.

Foto: Imago

Der Versuch, sich gegenseitig abzuschirmen, so dass von einem Verkaufsmitarbeiter nicht erkannt werden kann, was „vor sich geht“. Mindestens eine der Personen hat die Aufgabe, das Verkaufspersonal abzulenken.

■ Benutzung von Hilfsmitteln (beispielsweise präparierte Taschen, Mäntel mit tiefen Taschen, Kinderwagen).

■ Mehrere Kunden geben sich beispielsweise Zeichen auf bestimmte Waren oder auf bestimmte unübersichtlichere Bereiche oder Türen (möglicher Fluchtweg).

■ Eine Gruppe von mehreren Kunden versucht, das Verkaufspersonal in einen Eckbereich, beispielsweise bei den Blumenabteilungen oder in das Lager wegen besonderer Wünsche zu führen. Wie schon erwähnt, sollten alle Mitarbeiter in einem Gartenfachgeschäft auch die Tricks kennen, die am häufigsten angewandt werden.

Die einfache und gebräuchlichste Methode: Die Ware verschwindet direkt in der Einkaufstasche, in großen Manteltaschen oder weiten offenen Jacken. Diese einfache Methode kommt in über 90 Prozent der Fälle zum Tragen. Es ist besonders darauf zu achten, wenn ein Kunde im wärmeren Frühjahr oder sogar im Sommer mit einer dicken Jacke oder einem Mantel bekleidet, das Geschäft betritt.

Der „Trojanische Pferd“-Trick: Ein wirklich professioneller Trick. Eine offene, präparierte Handtasche wird auf einen Warenstapel gestellt. Der Ladendieb täuscht vor, etwas in der Tasche zu suchen. In Wirklichkeit öffnet er die im Boden der Tasche eingelassene Klappe und zieht die

unter der Tasche befindliche Ware in die Tasche.

Der „Ablenkungstrick“: Es handelt sich dabei um eine Methode, die gerne beim Ladendiebstahl durch mehrere Personen angewandt wird. Während eine Person die Aufmerksamkeit des Verkaufspersonals auf sich lenkt, begehen in der Zwischenzeit die Komplizen den Diebstahl. Beispiel aus der Praxis: Eine Person lässt sich Blumen als Geschenk einpacken, so dass der Mitarbeiter abgelenkt ist.

Der „Verwirrtrick“: Der Ladendieb verwickelt mehrere Mitarbeiter in ein Verkaufsgespräch und lenkt somit die Aufmerksamkeit auf sich. Derweil kann sich ein Komplize im Geschäft als Dieb betätigen. Hier ist es unbedingt erforderlich, dass sich der Verkaufsmitarbeiter sofort Unterstützung durch einen zusätzlichen Mitarbeiter holt, wenn er „Verdächtiges“ bemerkt oder ein „ungutes“ Gefühl hat.

„Umpacken“: Diese Methode sei an einem einfachen Beispiel erläutert: An der Kasse bezahlt der Kunde ein Pflanzenschutzmittel für 5,99 Euro. Im Karton befindet sich jedoch ein wesentlich teureres Schutzmittel. Dieser Trick wird auch bei vielen anderen Waren, die im Karton verkauft werden, angewandt.

Der „Kinderwagentrick“: Ein Kinderwagen ermöglicht es, eine große Anzahl gestohlener Ware zu entwenden. Die Ausrüstung des Ladendiebs bei Überführung „das muss der Kleine wohl eingesteckt haben“ erschwert die Beweislage, da Minderjährige nicht strafbar sind. Hier gilt es, die erpaptete Mutter oder den erpapteten

Vater deutlich auf Folgen eines Diebstahls oder dessen Versuch aufmerksam zu machen. Die Personalien sollten auf jeden Fall vermerkt werden.

„Gebrauchte Kassensbons“: Häufig ist festzustellen, dass Kunden ihre Bons an der Kasse liegen lassen. Mit einem solchen Bon kann ein Dieb „einkaufen“ gehen. Er sucht nach den eingetippten Preisen die Waren aus und packt sie in seine Tasche. Zur Tarnung wird noch ein zusätzliches kleines Teil gekauft, das er „vorher vergessen hatte“. An der Kasse wird nur noch das neue Teil bezahlt und der Kassensbon als Legitimation für die anderen Waren vorgelegt. Deshalb immer aufmerksam und bei Kassenmitarbeiterwechsel nachfragen.

„Ineinanderpacken“: Hohlkörper, wie gekaufte Abfalleimer oder Plastikkörbe werden mit gestohlener Ware aufgefüllt. Dieser Trick wird auch häufig für Kleinartikel (Sämereien oder Kleingartenwerkzeuge) angewandt. Hier ist die Aufmerksamkeit der Kassenmitarbeiter besonders gefordert.

„Aufeinanderpacken“ mit dem Einkaufswagen: Ein Beispiel aus der Praxis verdeutlicht diese Methode: Neben den Waren, die im Einkaufswagen sind, befindet sich auf der unteren Abstellfläche ein sperriger, schwerer Artikel (beispielsweise Blumenerde). Aufgrund des Gewichts wird die Erde beim Kassiervorgang nicht aufs Band gelegt. Somit entgehen der Kassiererin beispielsweise die unter der Erde flach liegenden Gartenfachzeitschriften. Der Kassenmitarbeiter sollte zumindest eine genaue Blickprüfung machen. ■

„Die soziale Tour“: Hierbei hoffen die Täter auf das soziale Empfinden. Die nette junge Frau mit dem eingegippten Arm, die Mutter mit dem Kleinkind, der junge Mann im Rollstuhl oder auch Kinder gehen aus dem Geschäft geschickt zum wartenden Vater am Auto auf den Parkplatz. Oder die alte Dame, die aus Vergesslichkeit wieder das Geschäft verlässt, um ihr Portemonnaie zu holen. Hier ist es wichtig, besonders auf Auffälligkeiten im Verhalten beim Ansprechen zu achten und zu prüfen, ob der Kunde Taschen bei sich hat.

„Der Zusatzkauf“: Der Dieb stattet die von ihm ausgewählten Artikel, beispielsweise Elektrogartengeräte, Lampen mit Zusatzartikeln aus, beispielsweise Glühbirnen oder Batterien, die im Preis nicht mit enthalten sind. Hierbei sind alle Kassenmitarbeiter immer wieder zu informieren, welche Zusatzartikel wie unter anderem Batterien oder Glühbirnen in den angebotenen Verkaufsartikeln mit enthalten sind.

Der „Zeitschrift in Zeitschrift-Trick“: Eine beispielsweise teure Gartenfachzeitschrift oder ein anderer teurer Artikel wird in eine wesentlich günstigere Zeitschrift gesteckt. Hierbei ist immer die Aufmerksamkeit der Kassenmitarbeiter gefordert, dieses zu kontrollieren.

Der „Helm-Trick“: Der „Kunde“ kommt mit einem Motorradhelm oder auch einem Fahrradhelm in das Geschäft und steckt, wenn er nicht beobachtet wird, Kleinartikel in den Helm. Hierbei ist Aufmerksamkeit geboten, wenn dieser „Kunde“ nicht auf den ersten Blick als Motorradfahrer oder als Fahrradfahrer zu erkennen ist (fehlende Motorradjacke).

Der „Deponier-Trick“ – meist zwei Personen: Eine Person nimmt zwei oder mehrere Teile mit in den Außenbereich des Gartencenters und versteckt dort einen Artikel, beispielsweise unter einen großen Terrakotta-Topf, den eine zweite Person dann kurz danach mitnimmt (stiehlt). Deshalb ist der Außenbereich immer besonders im „Auge“ zu behalten.

Der „Umetiktier-Trick“: Häufig lassen unachtsame Mitarbeiter Preisauszeichnungsgaräte im Geschäft liegen. Dies kann dann leicht von Betrugern genutzt werden, sich die Preise „selbst zu machen“. Die Preisauszeichner sind heutzutage selbst für Laien leicht zu benutzen. Alle Preisauszeichnungsgaräte in einem Geschäft sollten immer verschlossen und nur für Verkaufsmitarbeiter zugänglich sein. Bei dieser Straftat handelt es sich um Betrug. Auch in der Praxis häufig: Bei Pflanzen werden Preisetiketten einfach vertauscht. Billiger Preis auf teure Pflanze. Hier sind die Mitarbeiter immer aufzufordern, wenn sie Preise nicht genau wissen, bei einem Kollegen nachzufragen.

Der „Regenschirm-Trick“: Der Regenschirm bietet den Vorteil für den Dieb, dass er nicht geöffnet werden muss. Vorbeugung: Schirmständer für die Kunden am Eingang. Ansonsten hilft nur, den Kunden mit dem Schirm sehr genau zu beobachten.

Der Trick im Außenbereich: Ein leider sehr häufiger Trick ist es, dass Diebe entwundene und unbezahlte Waren über den Zaun im Außenbereich werfen, die eine zweite Person aufnimmt. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Zäune oder Absperrungen in Außenbereichen zumindest etwa drei Meter hoch sind und keine Ware so gestellt wird, dass Diebe darauf klettern können, um dann Waren darüber zu werfen. Auch sollten Mitarbeiter mehrmals am Tag den Außenbereich auf „Auffälligkeiten“ kontrollieren. Mehr unter www.lemke-training.de. ■