



EHI-Studie

# Inventur- differenzen 2015

Daten, Fakten, Hintergründe aus der  
empirischen Forschung

# Vorwort



# 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 Maßnahmenswerpunkten 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



# Inhalt



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	66

Zusammenfassung





# 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 beteiligten 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**  
EHI

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.

# 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 Inventurdifferenzen 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	Veränderung
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
▪ Schuhfachgeschäfte	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
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>0,63</b>	<b>0,61</b>	<b>0,02</b>

Quelle: EHI

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.

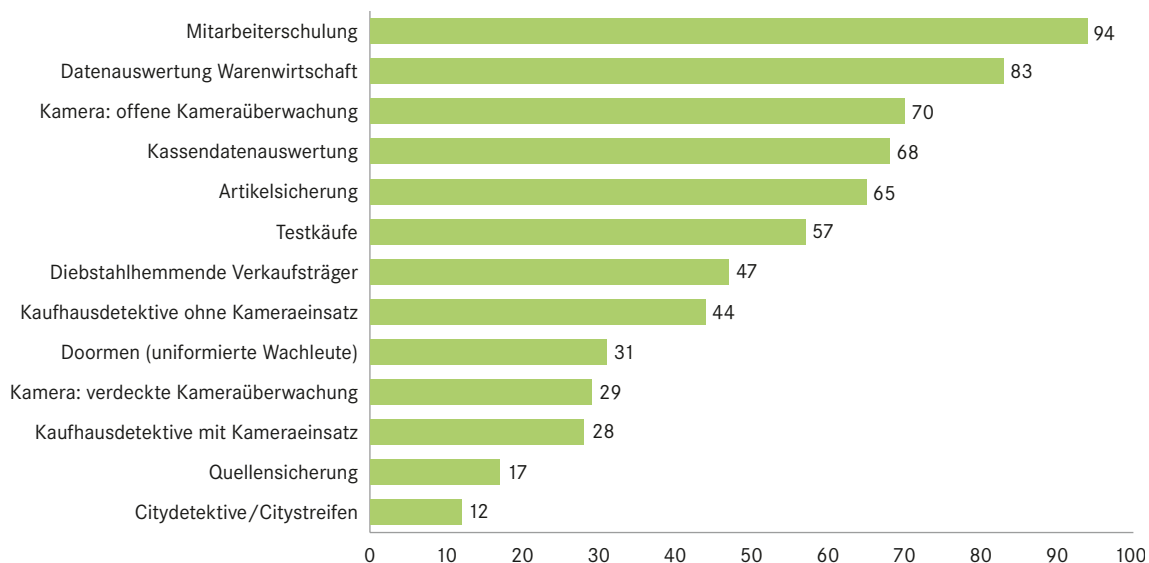
### Übersicht eingesetzter Maßnahmen 2014

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

Quelle: EHI





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: andres; 06: Maxi-photo, 08: fotofrog)