



EHI-Studie

# Inventur- differenzen 2019

Daten, Fakten, Hintergründe aus der  
empirischen Forschung

Warenverluste  
durch Diebstahl  
und Betrug effektiv  
bekämpfen!

# 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 Vorgängereinstitute in den 1950er-Jahren regelmäßig mit Fragen und Entwicklungen rund um die Themen Inventurdifferenzen, Ladendiebstahl und effektive Gegenmaßnahmen.

Trotz Warensicherung und Personalschulungen wird im Handel nach wie vor alles gestohlen, was nicht niet- und nagelfest ist. Insbesondere der organisierte und gewerbsmäßige Ladendiebstahl hat in den letzten Jahren stark zugenommen. 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 infor-

mieren. 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 Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) sowie 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 2019



**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Frank Horst**  
Leiter Forschungsbereich  
Inventurdifferenzen  
und Sicherheit  
EHI Retail Institute



# Inhalt



Vorwort	5
Zusammenfassung	9
Rahmenbedingungen zur Ermittlung der Inventurdifferenzen	13
Höhe der Inventurdifferenzen	23
Verursacher und Entstehungsorte	35
Kriminalität im Handel	41
Prävention und Sicherheitsmaßnahmen	53
Schlussbetrachtung	63
Abbildungsverzeichnis	64
Tabellenverzeichnis	66
Impressum	68

# Zusammen- fassung





# Zusammenfassung

## Inventurverluste zugenommen

Im Jahresvergleich 2018 zu 2017 sind die durchschnittlichen Inventurdifferenzen in Prozent vom Umsatz leicht gestiegen, in branchengewichteter Hochrechnung für den gesamten deutschen Einzelhandel sind die Inventurverluste von 4,1 auf 4,3 Milliarden Euro angestiegen. Das durchschnittliche Niveau der Inventurdifferenzen liegt bei den teilnehmenden Unternehmen 2018 bei 0,63 Prozent (Vorjahr 0,61 %), bewertet zu Einkaufspreisen in Relation zum Nettoumsatz.

Der Anteil der Verluste durch Diebstähle seitens der Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und Servicekräfte beträgt insgesamt 3,75 Milliarden Euro. Der daraus resultierende volkswirtschaftliche Schaden durch Mehrwertsteuerausfälle beläuft sich auf rund 510 Millionen Euro im Jahr.

Bezogen auf die Vergleichswerte von 2017 haben sich die Inventurergebnisse in Prozentpunkten überwiegend verschlechtert. Eine durchschnittliche Inventurdifferenz von 0,63 Prozent – bewertet zu Einkaufspreisen in Prozent vom Nettoumsatz – schmälert die Renditen im Einzelhandel erheblich. Bewertet zu Verkaufspreisen in Relation zum Bruttoumsatz entspricht dies in branchengewichteter Hochrechnung einem Wert von durchschnittlich genau 1,00 Prozent des Umsatzes. Ferner investiert der Handel jährlich rund 1,45 Milliarden Euro in Präventions- und Sicherungsmaßnahmen, um seine Waren vor Diebstählen zu schützen. Insgesamt gehen

dem Handel damit durch Inventurdifferenzen und Investitionen in Sicherheitsmaßnahmen rund 1,34 Prozent seines Umsatzes verloren.

### **Inventurverluste: 4,3 Milliarden Euro**

Im gesamten Einzelhandel summieren sich auf Basis eines stationären Einzelhandelsumsatzes von 430 Milliarden Euro pro Jahr in Deutschland die zu Verkaufspreisen bewerteten Inventurdifferenzen auf 4,3 Milliarden Euro. Nach Einschätzung der Handelsexperten sind auf Ladendiebstähle durch Kunden rund 2,38 Milliarden Euro zurückzuführen. Den eigenen Mitarbeitern wird gut eine Milliarde angelastet, und sowohl Lieferanten als auch Servicekräften werden 350 Millionen Euro an Warenverlusten im Jahr zugerechnet. Statistisch gesehen entfällt auf jeden Haushalt in Deutschland jährlich ein Warenwert von fast 60 Euro, der nicht bezahlt wird. Auf den Lebensmittelhandel projiziert bedeutet dies, dass nach wie vor rund jeder 200. Einkaufswagen unbezahlt die Kasse passiert.

An der aktuellen Untersuchung beteiligten sich 95 Unternehmen bzw. Vertriebsstellen mit insgesamt 22.551 Verkaufsstellen, die einen Gesamtumsatz von rund 98,3 Milliarden Euro erwirtschaftet haben. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der beteiligten Geschäfte beträgt 1.240 Quadratmeter.

## Branchenentwicklungen

Der überwiegenden betrieblichen Praxis folgend wurden die Erhebungen – bewertet zu Nettoeinkaufspreisen in Relation zum Nettoumsatz (= Bruttoumsatz ohne Mehrwertsteuer) – erfasst. Als Orientierung können folgende Mittelwerte angegeben werden, obwohl ein direkter Vergleich von Inventurdifferenzen verschiedener Unternehmen nur bedingt möglich und sinnvoll ist: In allen Betriebsformen zeigt sich jedoch, dass die prozentualen Angaben vom Nettoumsatz großen Bandbreiten unterliegen.

Im Lebensmittelhandel liegen die durchschnittlichen Inventurdifferenzen unverändert bei 0,57 Prozent. Während die Großflächen überwiegend höhere Inventurdifferenzen feststellen mussten, ergab sich in Summe bei den kleineren Supermärkten eine leichte Verbesserung.

Im gesamten Bekleidungshandel sind die durchschnittlichen Inventurdifferenzen mit insgesamt 0,52 Prozent im Jahr 2018 ebenfalls unverändert geblieben. Die Bekleidungsfachgeschäfte (0,56 %) konnten im Durchschnitt leichte Verbesserungen erzielen, während Textilfachmärkte (0,45 %) höhere Inventurverluste verbuchten. Die Textilkaufhäuser einschließlich der Warenhausbetreiber (0,49 %) verharren auf ihrem Vorjahresniveau, ebenso wie Schuhfachgeschäfte (0,47 %).

Drogeriemärkte weisen mit durchschnittlich 0,83 Prozent im Vergleich zum Vorjahr leicht erhöhte Inventurergebnisse aus, die sich in den einzelnen Unternehmen unterschiedlich verändert haben. Die beteiligten Baumarktunternehmen haben tendenziell schlechtere

Inventurdifferenzen feststellen müssen, was sich in einer Steigerung des Branchendurchschnittswerts von 0,77 Prozent auf 0,79 Prozent im Jahr 2018 niederschlägt.

Die durchschnittlichen Inventurdifferenzen der beteiligten Möbelhäuser unterschiedlichster Sortimentsausrichtung sind mit 0,24 Prozent vom Nettoumsatz gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert geblieben.

## Erneuter Rückgang der Ladendiebstahlsanzeigen

2018 sind die angezeigten Ladendiebstähle laut polizeilicher Kriminalstatistik um 4,1 Prozent zurückgegangen auf insgesamt 339.021 Fälle (Vorjahr 353.384). Während die Zahl der einfachen Ladendiebstähle seit 1997 nahezu kontinuierlich gesunken ist, haben sich schwere Ladendiebstähle in den letzten zwölf Jahren nahezu verdreifacht. Durch die hohe Dunkelziffer von über 98 Prozent besitzt die Statistik nur eine eingeschränkte Aussagefähigkeit. Aus dem durchschnittlichen Schaden aller angezeigten Diebstähle und dem tatsächlichen Schaden im Handel ergibt sich, dass jährlich rechnerisch über 23 Millionen Ladendiebstähle mit je einem Warenwert von 100 Euro unentdeckt bleiben.

## Gewerbsmäßig organisierte Bandendiebstähle

Die Erfahrungen der Händler zeigen, dass Diebstähle immer häufiger in organisierter Form durchgeführt werden. Die Täter gehen oft in Gruppen mit gezielter Aufgabenverteilung vor. Organisierten Ladendiebstahl zu erkennen, zu dokumentieren und Täter in Gruppen zu überführen, ist für den Handel äußerst schwierig.



Nach EHI-Schätzungen ist mittlerweile wertmäßig rund ein Viertel aller Ladendiebstähle Bandendiebstählen und der organisierten Kriminalität zuzurechnen.

### **Handel investiert mehr in Sicherheit**

Im Durchschnitt aller Branchen gibt der Handel mittlerweile 0,34 Prozent vom Umsatz für Sicherheitsmaßnahmen aus. Darin sind Kosten für Artikelsicherungsmaßnahmen, Kameraüberwachung, Detektiveinsätze, Testkäufe und Schulungsmaßnahmen sowie sonstige Sicherheitsmaßnahmen wie etwa diebstahlhemmende Verkaufsträger oder Softwareanalysetools zur Datenauswertung enthalten. Insgesamt gibt der Einzelhandel jährlich 1,45 Milliarden Euro zur Reduzierung von Inventurdifferenzen aus. Die Gesamtaufwendungen für Inventurdifferenzen und deren Vermeidung betragen damit jährlich 5,75 Milliarden Euro. Interne Personalkosten etwa für Revisionsabteilungen oder Loss Prevention Departments sowie alle intern anfallenden Tätigkeiten, die durch Diebstahlsgefährdung verursacht werden, wie etwa die Anbringung und Deaktivierung/Entsicherung von Warensicherungen, Bestandskontrollen, interne Schulungen, Datenanalysen, Kamerabeobachtungen, Diebstahlsanzeigen usw. sind darin jedoch noch nicht enthalten.

Die Ausweitung und die Modernisierung von Kamerasystemen liegen auch aktuell weiter im Trend. Auch warenwirtschaftliche Datenanalysen zur Erkennung von diebstahlgefährdeten Artikeln und internen Schwachstellen sowie Kassendatenanalysen haben nach wie vor hohe Priorität. Die ständige Schulung und die Sensibilisierung des Personals gelten weiterhin als wichtige Präventionsmaßnahmen. Artikelsicherungsmaßnah-

**„Insgesamt gibt der Einzelhandel jährlich 1,45 Milliarden Euro zur Reduzierung von Inventurdifferenzen aus. Im Durchschnitt entspricht das 0,34 Prozent des Umsatzes.“**

**Frank Horst**

EHI Retail Institute

men, primär in Form von elektronischen Warensicherungen oder mechanischen Sicherungen, aber auch der Einsatz von diebstahlhemmenden Verkaufsträgern werden ebenso weiter ausgeweitet.

Das in der Selbsteinschätzung der Handelsunternehmen „akzeptable“ Niveau der Inventurdifferenzen stellt aber keinen Anlass dar, Investitionen und Aufwendungen für Präventions-, Kontroll- und Sicherheitsmaßnahmen zu vernachlässigen. Rund drei Viertel der Unternehmen halten 2019 ihr Budget für Präventions- und Sicherheitsmaßnahmen konstant, jedoch nur jedes achte der befragten Unternehmen stockt sein Sicherheitsbudget auf.

Das Bedrohungspotenzial durch Kundendiebstahl und Mitarbeiterdelikte ist unverändert hoch, wie auch die Einschätzungen der Handelsunternehmen zur Kriminalitätsentwicklung im Handel belegen. Nach wie vor sieht der Handel die größten Probleme durch eine weitere Ausweitung des organisierten Ladendiebstahls und der zunehmenden Gewaltbereitschaft potenzieller Ladendiebe auf sich zukommen.

# Verursacher und Entstehungsorte

## Einschätzungen von Handelsexperten

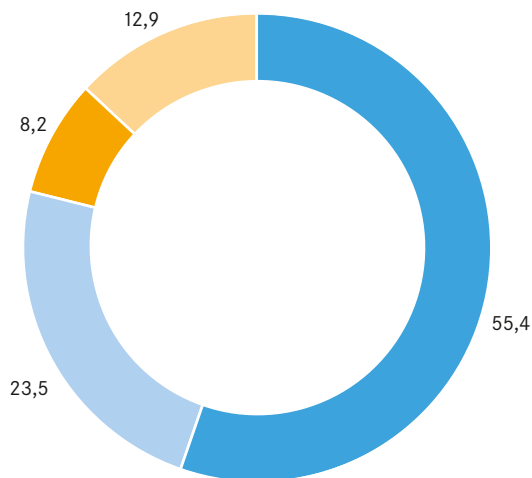
Prinzipiell sind vier Verursachergruppen – nämlich Kunden, eigene Mitarbeiter, Mitarbeiter von Lieferanten bzw. Servicekräfte sowie organisatorische Mängel – für Inventurdifferenzen verantwortlich zu machen. Zu den wertmäßigen Anteilen stehen aufgrund des enormen Dunkelfeldes nur Schätzungen von Handelsexperten 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 betriebs- und standort-spezifische Faktoren hinzu. Dennoch kann den ausgewiesenen Durchschnittswerten ein gewisser Wahrheitsgrad unterstellt werden, der mittels Hochrechnungen auf Plausibilität überprüft werden kann (s. Abb. 16 a + b).

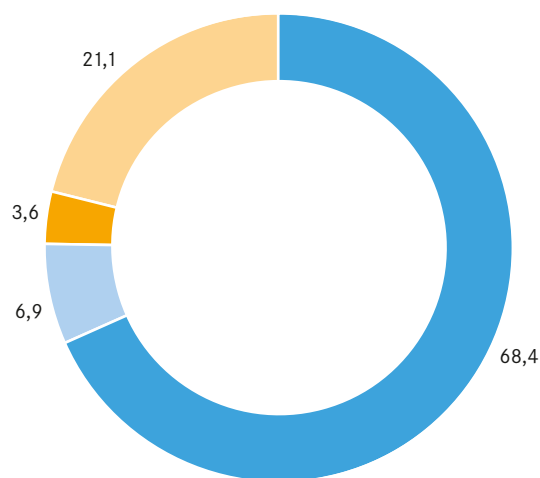
### Verursacher von Inventurdifferenzen

Filialunternehmen versus Einzelbetriebe (inhabergeführt) (Abb. 16 a + b)

**Filialisten (70) in Prozent**



**Einzelbetriebe (14) in Prozent**



■ Kunden

■ Mitarbeiter

■ Lieferanten/Servicekräfte

■ Organisation

n = 84

Beide Grafiken: EHI

# Kriminalität im Handel

## Entwicklung der angezeigten Ladendiebstähle

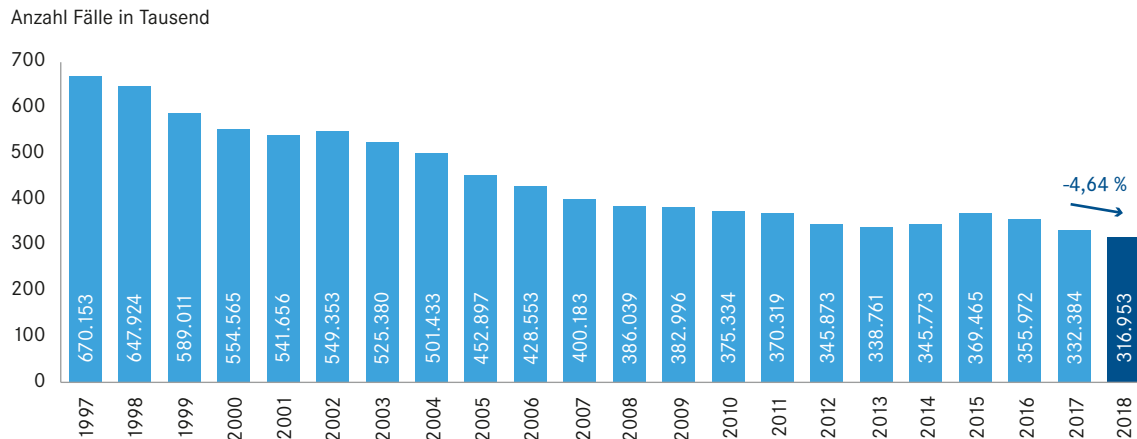
Die polizeilichen Kriminalstatistiken erfassen die angezeigten Ladendiebstähle, differenziert nach einfachen (Ziffer \*326) und schweren Ladendiebstählen (Ziffer \*426). Registriert wurden im Jahr 2018 zusammen 339.021 Fälle (Vorjahr 353.384), was einem Rückgang gegenüber 2017 von 4,1 Prozent entspricht.

Während die einfachen Ladendiebstähle 2018 um 4,6 Prozent gesunken sind, haben schwere Ladendiebstähle um 5,1 Prozent zugenommen. Längerfristig be-

trachtet haben sich die angezeigten einfachen Ladendiebstähle seit 1997 sogar halbiert, während schwere Ladendiebstähle in den letzten zwölf Jahren um mehr als das Zweieinhalbfache zugenommen haben. Schwerer Diebstahl liegt z.B. dann vor, wenn das Diebesgut durch ein verschlossenes Behältnis wie eine Glasvitrine oder eine andere Schutzvorrichtung, z.B. eine Warensicherung, gegen Wegnahme besonders gesichert und nicht von geringem Wert ist. Dabei handelt es sich grundsätzlich um Taten mit höherer krimineller Energie.

### Angezeigte einfache Ladendiebstähle in Deutschland

(Abb. 24)



Quelle: Polizeiliche Kriminalstatistiken, Kennziffer 326\* – einfacher Ladendiebstahl



Geplante Präventionsmaßnahmen – Trends 2019

Die befragten Unternehmen planen (Tab. 16)

Rang	... folgende Maßnahmenveränderungen	mehr	gleich	weniger
1	Kamera: offene Kameraüberwachung	20 %	48 %	1 %
2	Datenauswertung Warenwirtschaft	18 %	53 %	–
3	Mitarbeiterschulung	17 %	60 %	3 %
4	Kassendatenauswertung	15 %	49 %	–
5	Diebstahlhemmende Verkaufsträger	15 %	34 %	1 %
6	Artikelsicherung	10 %	42 %	3 %
7	Kaufhausdetektive mit Kameraeinsatz	6 %	25 %	2 %
8	Testkäufe	5 %	25 %	1 %
9	Doormen (uniformierte Wachleute)	5 %	23 %	5 %
10	Kaufhausdetektive ohne Kameraeinsatz	3 %	31 %	5 %
11	Quellensicherung	3 %	15 %	–
12	Kamera: verdeckte Kameraüberwachung	2 %	23 %	6 %
13	Citydetektive/Citystreifen	1 %	9 %	3 %

n = 82

Quelle: EHI

 Statistik auf [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de): 462392 in Suchmaske eingeben

dann nicht eingesetzt werden oder für den antworten- den Händler keine Relevanz für das Unternehmen besitzen. Insofern sind hohe Prozentzahlen auch als ein Indiz für die Bedeutung von Einzelmaßnahmen zu interpretieren.

Aktuelle Projekte 2018

Befragt nach den drei aktuell wichtigsten Projekten zur Reduzierung von Inventurdifferenzen in den Unterneh- men, ergab sich folgende Antwortverteilung (s. Tab. 17): Im Wesentlichen spiegeln die aktuell wichtigsten Projekte auch die geplanten Veränderungen wider, allerdings vom Tagesgeschäft beeinflusst. So haben Mitarbeiterschulungen mit deutlichem Abstand nach



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:

EHI Retail Institute GmbH

Druck:

cede Druck GmbH  
Herseler Straße 7–9  
50389 Wesseling

Copyright© 2019

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: 978-3-87257-518-0

Preis: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Collage S3 Advertising (Fotolia/Fotosenmeer.nl)  
Fotolia (4: jayzynism, 6: Alexander), stock.adobe  
(8: fxquadro)

EHI Retail Institute  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)