

Inventurdifferenzen 2013

Daten, Fakten, Hintergründe aus der empirischen Forschung



Vorwort	7
Zusammenfassung	8
Inventurverluste: 3,8 Milliarden Euro	8
Branchenentwicklungen	9
Verursacher	10
Bandendiebstähle belasten	10
Polizeiliche Kriminalstatistik trägt	10
Handel investiert weiter in Sicherheit	11
Fazit	11
Rahmenbedingungen zur Ermittlung von Inventurdifferenzen	12
Strukturdaten der Erhebung	12
Ermittlung von Inventurdifferenzen	12
Vergleichbarkeit von Inventurdifferenzen	16
Entwicklung der letzten drei Jahre	22
Höhe der Inventurdifferenzen	24
Supermärkte	25
Große Supermärkte	26
SB-Warenhäuser	27
C&C-Märkte	27
Drogeriemärkte	27
Textilkaufhäuser und Warenhäuser	28
Textilfachgeschäfte	28
Textilfachmärkte	29
Baumärkte	30
Möbelgeschäfte und Möbelhäuser	31
Sonstige	31
Besondere Einflussfaktoren 2012	31
Warengruppen im Lebensmittelhandel	32
Warengruppen im Textilhandel	33
Bewertung des Inventurdifferenzniveaus	34
Verursacher und Entstehungsorte	36
Einschätzungen von Handelsexperten	36
Entstehungsorte von Inventurdifferenzen	40
Kriminalität im Handel	43
Entwicklung der angezeigten Ladendiebstähle	43
Polizeiliche Kriminalstatistiken nicht repräsentativ	45
Fazit	46
Erwartungen an die Kriminalitätsentwicklung im Einzelhandel	46
Diebstahlrenner	50
Prävention und Sicherheitsmaßnahmen	52
Budgets leicht steigend	52
Übersicht eingesetzter Maßnahmen 2012	55
Trends Maßnahmenschwerpunkte 2013	57
Aktuelle Projekte 2013	59
Elektronische Artikelsicherungen (EAS)	60
Fazit	62
Abbildungsverzeichnis	64

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 50er-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.

Struktur und Größe des EHI-Arbeitskreises Inventurdifferenzen, dem mehr als 100 Mitglieder aus dem Handel und dem Handel nahestehenden Sicherheits- und Dienstleistungsunternehmen angehören, belegen das große Interesse an einem gemeinsamen Erfahrungsaustausch und der Erörterung inventurdifferenzsenkender Maßnahmen.

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 Maßnahmen-schwerpunkten zu informieren. Die Ergebnisse zeigen einerseits die Notwendigkeit von Personalschulungen und präventiven Maßnahmen technischer und organisatorischer Art und belegen andererseits auch ihre Wirksamkeit.

Das EHI bedankt sich beim Handelsverband Deutschland (HDE), 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), Köln 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 2013



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Frank Horst
Leiter Forschungsbereich
Inventurdifferenzen +
Sicherheit
EHI Retail Institute

22 ■ Rahmenbedingungen zur Ermittlung von Inventurdifferenzen

nehmen von Jahr zu Jahr zu stark voneinander abweicht.

Entwicklung der letzten drei Jahre

Gut ein Drittel der befragten Unternehmen gaben an, dass sich ihre Inventurdifferenzen in den letzten drei Jahren überwiegend verbessert haben, während nur 16 Prozent eine Verschlechterung festgestellt haben. Damit setzt sich der bei den Vorjahreserhebungen festgestellte positive Trend fort.

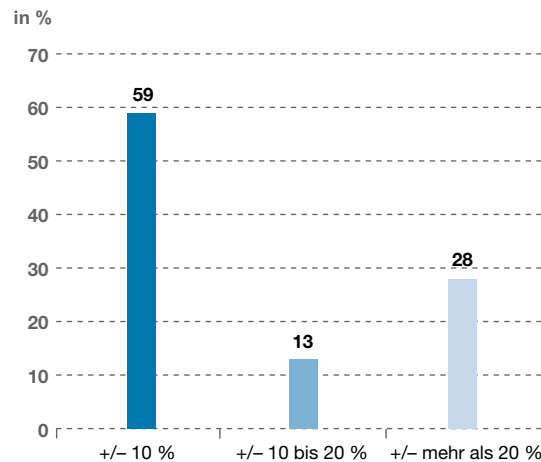
Obwohl die durchschnittlichen Inventurdifferenzen per Saldo nur geringen Schwankungen unterliegen, haben gut 40 Prozent der Unternehmen eine Abweichung ihrer eigenen Inventurdifferenz von mehr als 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erfahren. Die jährlichen Schwankungen fallen damit aber geringer aus als bei den Vorjahreserhebungen.

Lesehilfe zu Abb. 13: Bei 59 Prozent der befragten Unternehmen hat sich die Inventurdifferenz im Jahr 2012 verglichen zu 2011 um plus/minus 10 Prozent verändert.

Das heißt, auch wenn in der Gesamtmarktbeurteilung die Bestandsdifferenzen unverändert geblieben sind, müssen einzelne Unternehmen mit enormen Abweichungen – positiver oder

Unternehmensbezogene Veränderungen der Inventurdifferenz – Jahresvergleich 2012/2011

(Abb. 13)



negativer Art – zum Vorjahr kalkulieren. Diese individuellen Jahresschwankungen belegen, dass Inventurdifferenzen für die Mehrheit der Unternehmen eine nur sehr schwer planbare Größe dargestellt und kaum ein Unternehmen vor Überraschungen geschützt ist.

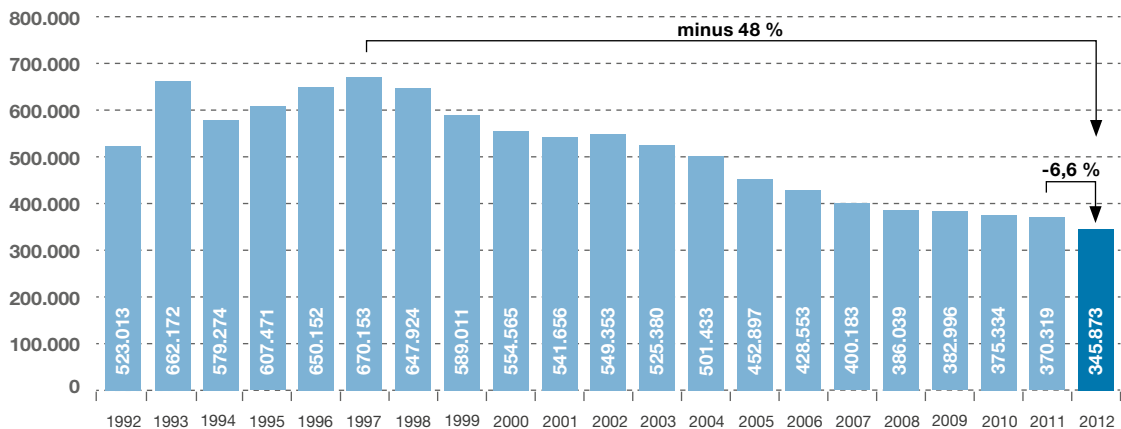
Kriminalität im Handel

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 2012 zusammen 361.759 Fälle (Vor-

jahr 385.463), was einem Rückgang gegenüber 2011 von minus 6,1 Prozent entspricht. Während der einfache Ladendiebstahl kontinuierlich zurückgeht, ist der schwere Ladendiebstahl in den letzten fünf Jahren deutlich angestiegen. Die angezeigten Taten haben sich in diesem Zeitraum nahezu verdoppelt.

Angezeigte Ladendiebstähle in Deutschland – einfacher Ladendiebstahl (Abb. 36)





Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Köln
Telefon +49-2 21-5 79 93-0
Telefax +49-2 21-5 79 93-45
info@ehi.org
www.ehi.org

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© Juni 2013

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 ein anderes 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:

vertrieb@ehi.org
Telefon +49-2 21-5 79 93-64

ISBN 978-3-87257-407-7

Preis: 495,00 € inkl. MwSt.

Bildrechte:

Fotolia (04-05: pressmaster; 12-23: Sergey Nivens;
42-51: Gina Sanders), iStockphoto (08-11: Tom Hahn;
24-35: Aldo Murillo; 36-41: jkitan; 52-61: mbbirdy;
62-63: Nikada)