

Wachsender Warenschwund im Einzelhandel:

Profis und Pickerl gegen Ladendiebe

Zur Abschreckung von Ladendieben schulen Handelsmanager ihre Mitarbeiter nicht nur im Umgang mit Elektronik. Sie schicken sie auch aufs Psychologiesemi-

nar. Während Detektive manchmal schon übertrieben rüde mit Ertappten umgehen, scheint Verkäufern die Sache oft peinlicher als den Langfingern selbst.

Wenn Rudolf Vesztergombi unter die Langfinger geht, hat das schärfste Verkäuferauge keine Chancen: Der Privatdetektiv schleppt mit seinen Männern praktisch alles zum Null-Tarif aus den Geschäften. Um die Beute dann eindrucksvoll auf den Tisch potentieller und tatsächlicher Auftraggeber aus dem Einzelhandel zu legen. Mit solchen Testdiebstählen demonstrieren Detektivunternehmen regelmäßig Lücken im Warennetz des Handels:

Selbst vorsichtige Schätzungen beziffern den Schwund durch falsch verstandene „Selbstbedienung“ auf ein Prozent vom Gesamtumsatz. Obwohl derzeit rund 20 Prozent mehr Diebstähle als im Vorjahr registriert wurden, ergriffen die Unternehmen „immer noch zu wenig und zu geringe Maßnahmen“, klagte kürzlich der österreichische Handelsverband (der etwa 110 Milliarden Schilling Umsatz repräsentiert).

Und registriert erfreut, daß zunehmend mehr Händler zumindest zu Informationsveranstaltungen, wie etwa den Seminaren des Handelskammer-Betriebsberaters Werner Kojan (Motto: „Keine Chance dem Ladendieb“) pilgern.

Praktiker fürchten indes, daß mit theoretischen Anleitungen allein noch kein Ladendieb vom Mopsen abgehalten wer-

Detektiv“. Ohne entsprechendes Fingerspitzengefühl wären auch die besten „Diebstahlverhütungs-Einrichtungen“ im Laden nur halb so wirksam.

Zu den gängigen technischen Abschreckungswaffen zählen seit einiger Zeit neben Videoüberwachung (die Ladendiebe erfahrungsgemäß nur wenige Wochen scheu macht) etwa Spezial-Preispickerln auf verführerischer Ware: Sie sehen zwar ganz harmlos aus – wie jeder andere Kleber. Aber wenn der Kunde samt Ware durch die Schranke am Ausgang marschiert, produzieren sie automatisch ein Alarmsignal.

Einziges Problem: Auch wenn's noch so laut piepst, ist der Ladendieb noch lange nicht festgehalten. Da müsse, so Detektiv Pöchhacker, dann doch wieder das Personal ran, das in der Regel im Verkauf weit mehr Einfühlungsvermögen zeige als bei (teilweise peinlichen) Festhaltungen.

Weil's Handelsmanagern wie Verkäufern aber primär um Abschreckung geht – Kunden anzuhalten ist schließlich lästig und einer freundlichen Verkaufsatmosphäre kaum förderlich –, zeigen sie sich bei den Ertappten nicht mehr routinemäßig kulant. Sie greifen immer häufiger zum Telefon, um die Polizei zu



Diebe werden der Polizei gemeldet

den könne: Privatdetektiv Walter Pöchhacker (7000 Festnahmen pro Jahr), der bei Schulungen gerne echte Ladendiebstähle auf Video zeigt, ist regelmäßig erstaunt, wie wenig das Personal von der täglichen „Arbeit“ dieser Selbstbedienungs-Kundschaft weiß. „Die schauen teilweise sogar zu“, weiß sein Kollege Vesztergombi von eigenen (Test-)Diebstouren.

Gut geschultes Personal, so die Erfahrung von Matthäus Tuschl, Berater im Wiener Sicherheitsbüro, sei „der beste



Detektiv Pöchhacker: „Gut geschultes ...“



Detektiv Vesztergombi: „... Personal ist ...“



Handelsberater Kojan: „... der beste Detektiv“

Weil Ladendiebstähle weiter zunehmen, kann nicht mehr routinemäßig auf Kulanz gehofft werden

verständigen: Eine Klage wegen Diebstahls (Höchststrafe: drei Jahre) bringe nicht nur Regreßforderungen über die „Verfolgungskosten“ (um die 500 Schilling seien üblich), sondern auch eine Eintragung ins Vorstrafenregister: „Da wurde schon manche Karriere zerstört“, betont Vesztergombi.

Auf eine Anzeige verzichtet er in der Regel (aus diesem Grund) bei jugendlichen Mitarbeiter, die ein Kind beim Klauen erwischt, hätten Anweisung, eine „irrsinnige Show“ abzuziehen. Der Filialleiter könne dann den Gütigen markieren und den (nachhaltig beeindruckten) Übeltäter laufen lassen.

So viel Toleranz könne man sich derzeit noch leisten. Leider nehme auch die Zahl kindlicher Langfinger schon bedenklich zu.