

Wenn sich die Ware aus dem Staub macht

Durch Inventurdifferenzen gehen dem Detailhandel jedes Jahr mehrere hundert Millionen Franken verloren. Neben Kundendiebstählen tragen auch die Mitarbeitenden, Lieferanten sowie Fehler in der Organisation zum Warenschwund bei. Wie soll der Detailhandel darauf reagieren?

Sie gehören zum Detailhandel wie Umsatz, Marge und Gewinn. Doch genau letzterer kann durch sie empfindlich beeinflusst werden: Die Rede ist von so genannten Inventurdifferenzen.

Besonders in grösseren Geschäften oder Warenhäusern helfen **Sensoren** die «Reise» eines Produktes, das mit einem Chip versehen ist, zu beobachten und rückzuverfolgen.



Wie die deutsche Studie «Inventurdifferenzen 2008» des EHI Retail Instituts aufzeigt, schmälert eine durchschnittliche Inventurdifferenz von 0,75 Prozent vom Nettoumsatz die Renditen erheblich. Im gesamten deutschen Einzelhandel summieren sich die zu Verkaufspreisen bewerteten Inventurdifferenzen auf jährlich vier Milliarden Euro.

Unehrliche Kundinnen und Kunden verursachen hiervon knapp 1,9 Milliarden Euro, den eigenen Mitarbeitenden wird rund eine Milliarde angelastet. Gemäss den Untersuchungen des EHI stiehlt nach wie vor – statistisch gesehen – jeder deutsche Haushalt jährlich Waren im Wert von über 50 Euro im Einzelhandel. Auf den Lebensmittelhandel projiziert bedeutet dies, dass rund jeder 200. Einkaufswagen unbezahlt die Kasse passiert.

Wie sieht die Situation in der Schweiz aus? Konkrete Studien oder Untersuchungen zu Inventurdifferenzen in der Schweiz gibt es keine, dafür Einschätzungen. «Jahr für Jahr verliert der Schweizer Detailhandel durch «Bestandesschwund» mehrere hundert Millionen Franken», sagt Urs Zimmermann, selbstständiger Sicherheitsberater in Rüschlikon (ZH) und ehemaliger Leiter Spezialaufgaben/SD-Projekte bei Coop Zentralschweiz, in der Fachzeitschrift «Sicherheitspolitik».

Die Schweiz hat laut dem «Diebstahlbarometer für den europäischen Einzelhandel» den tiefsten Wert innerhalb Europas. Zu den besonders diebstahlgefährdeten Produkten in der Lebensmittelbranche gehören Markenartikel, die meist als Selbstbedienungssortiment angeboten werden. So lassen sich Produkte wie Champagner, Rasierklingen, Kosmetik oder Zigaretten leicht wiederverkaufen bzw. zu Geld umwandeln.

Das EHI unterscheidet zwischen vier Verursachergruppen, die für Inventurdifferenzen verantwortlich sind: die Kundschaft, eigene Mitarbeitende, Mitarbeitende von Lieferanten bzw. Servicekräfte sowie organisatorische Mängel. Die Kunden sind in Filialgeschäften mit einem geschätzten Anteil von 47 Prozent die grösste Verursachergruppe, gefolgt von den Mitarbeitenden (27 Prozent), den Lieferanten und Servicekräften mit zusammen 8,3 Prozent und den organisatorischen Mängeln mit rund 18 Prozent.



«Die Angestellten des Detailhandels stehen unter Erfolgsdruck. Darunter leidet das Betriebsklima, was schlussendlich den Diebstahl durch Angestellte begünstigt», sagt **Patrick Geiges** von der Novatec Holding AG.

Etwa acht Prozent der ermittelten Inventurdifferenzen stellen nach Einschätzungen der Erhebungsteilnehmer keine Verluste dar, sondern sind auf Unzulänglichkeiten in der Bestandsfortschreibung zurückzuführen. Tendenziell könne festgestellt werden, dass der geschätzte organisatorische Anteil in den letzten Jahren zurückgegangen ist. Dies ist laut EHI ein Hinweis darauf, dass die Ermittlung von Inventurdifferenzen insgesamt zuverlässiger und genauer geworden ist.

Je nach Branche ergeben sich gravierende Unterschiede in der Einschätzung. Auch die Diskrepanzen innerhalb einer Branche offenbaren, wie subjektiv die Mutmassung über Häufigkeit und Ausmass der Ladendiebstähle sind. «Die Ursache kann nur in der hohen Dunkelziffer liegen», sind die Autoren von EHI überzeugt.

Im Textilhandel sowie in den Kauf- und Warenhäusern wird der Kundendiebstahl in der Regel deutlich über 50 Prozent geschätzt. Am geringsten schätzen Experten den Anteil an Kundendiebstählen im Lebensmittelhandel und in Drogeriemärkten ein. Der Branchenvergleich zeigt zum Beispiel auch, dass dort, wo viele Wareneingänge bestehen und Lieferanten bzw. Servicekräfte ein- und ausgehen, die geschätzten Anteile für diese Personengruppen entsprechend höher ausfallen.

In einer aktuellen Befragung konnte das EHI aus 15 Unternehmen mit insgesamt 253 200 Beschäftigten Daten zu Anzahl und Wert aufgedeckter deliktischer Handlungen im Jahr 2007 auf Seiten der Kunden, Mitarbeitenden, Servicekräfte und Lieferanten ermitteln. Im Durchschnitt wurde jeder 105. Mitarbeiter des Diebstahls, des Betrugs oder der Unterschlagung mit einem durchschnittlichen nachgewiesenen Schaden je Fall von 1050 Euro überführt. Im Lebensmittelhandel ist es sogar fast jeder 90. Mitarbeiter, der mit einem durchschnittlichen Schaden von 970 Euro überführt wurde. Bei den beteiligten Textilkauf- und Warenhäusern hingegen wurde nur jeder 1000. Mitarbeiter auffällig, allerdings mit einem durchschnittlichen Schaden

Auf der Suche nach einem Geschäft?

Dann reden Sie mit uns. Denn wir verfügen über alle Kompetenzen für erfolgreiche Geschäfte: Von der Planung über die gesamtheitliche Umsetzung bis hin zur Logistik. Je nach Anforderung übernehmen wir dabei die Koordination von Teilbereichen oder die gesamte Projektleitung inklusive Steuerung aller innenarchitektonischer Bau- oder Umbaumaßnahmen, vom Boden bis zur Decke.



5

Kompetenz

1 Lösungskompetenz

Das Wissen um Trends, Konsumenten und Technologie ist die eine Seite. Auf der anderen Seite geht es darum, individuelle Antworten und unverwechselbare Profile für den Handel zu entwickeln.

2 Planungskompetenz

Der DesignShop übernimmt alle Aufgaben eines Planungsbüros, auch als Generalplaner: Vom Design der Einrichtungselemente und Warenträger bis hin zur Inszenierung von Einkaufserlebniswelten.

3 Umsetzungskompetenz

Hier geht es um Produktion, Beschaffung der Ladenbauteile und Just-in-time-Lieferung der Einzelelemente – auf allen Märkten. Inklusive Montage und Übergabe zum vereinbarten Termin.

4 Produktkompetenz

Viele erfolgreiche Projekte in unterschiedlichen Branchen und ständige Beobachtung der Trends führen zu markt- und kundengerechten Produkten und Produktinnovationen wie der Regalfamilie **ALL4one**.

5 Schnittstellenkompetenz

Ob in Teilbereichen oder im Gesamten, Assmann ist immer der richtige Partner, der alle Schnittstellen beherrscht. Bei Übersiedlungen genauso wie bei Modernisierungen oder kompletten Einrichtungen.



**Assmann
Shop Design.**

ASSMANN Ladenbau Leibnitz GmbH

A-8430 Leibnitz, Ottokar-Kernstock-Gasse 16

Tel +43 3452 700-281, Fax +43 3452 74288

office@assmann.at, www.assmann.at

Member of the Umdasch Shopfitting Group

Wir bauen Läden.

«Es gibt immer wieder Fälle, in denen das Personal absichtlich wegschaut»

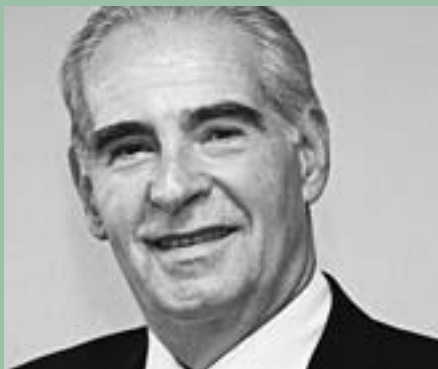
Wie soll der Detailhandel mit seinen Inventurdifferenzen umgehen? HANDEL HEUTE fragte den Experten Tony C. Bächle von der Novatec Holding AG in Rotkreuz. Das Unternehmen bietet ein «Rendite-Optimierungs-Programm» an – ein Experten-Team mit internationaler Erfahrung im Detailhandel. Es bietet ganzheitliche Analysen zur Erkennung der Schwachstellen am Verkaufspunkt mit dem Ziel, Inventurverluste bis zu 50 Prozent zu senken.

HANDEL HEUTE: Der Detailhandel kämpft gegen Inventurdifferenzen, die zu teilweise empfindlichen Einbussen führen. Was können die einzelnen Detaillisten zur Lösung des Problems beitragen?

Tony C. Bächle: Inventurdifferenzen bescheren dem Detailhandel sinkende Erträge. Ziel der Detaillisten muss es daher sein, zu verstehen, wie er diese Negativtendenz stoppen kann. Hierzu braucht es eine umfassende Analyse des Waren- und Geldstromes innerhalb des Geschäfts – vom Eingangsbereich bis zum Lieferanten. Gerade im Umgang mit Lieferanten finden immer wieder Warenverluste statt, weil die Lageristen oft zu wenig kontrollieren, ob die angelieferte Ware mit der Bestellung übereinstimmt. Das muss nicht böswillig geschehen, sondern ist oftmals auch die Folge einer hohen Arbeitsbelastung.

Ladendiebstähle gehören laut einer EHI-Studie zu den häufigsten Gründen für Inventurdifferenzen. Wie sollen die Detaillisten hier reagieren?

von über 7000 Euro. Die 15 Unternehmen deckten im vergangenen Jahr fast 132 000 Kundendelikte auf – mit einem durchschnittlichen Schaden von 37 Euro. Auf sechs Mitarbeitende kommt ein erkannter Kundendiebstahl. Sofern Unternehmen auch nur filialweise oder zeitweise Detektive im Einsatz haben, werden im Durch-



Meist fehlt es an den personellen Ressourcen, um regelmässige Kontrollen bei Kunden wie auch bei den Mitarbeitenden durchzuführen. Hier lohnt es sich zum einen, mit Detektiven zusammenzuarbeiten und je nach Grösse des Ladens präventiv auf Videokameras und Spiegel zu setzen, mit denen die toten Ecken im Laden aufgehoben werden können. Weiter spielt auch die Platzierung der Produkte eine wichtige Rolle: Teure Ware wie zum Beispiel Alkoholika oder Rasierklingen gehören in das Blickfeld der Kassiererinnen. Je nach Sortiment und Grösse des Ladens empfehlen wir eine teilweise und vollständige Warensicherung. Mit Hilfe von «Mystery Shopping» wird das Verhalten des Personals auf die Probe gestellt.

Nicht selten ist das Personal bei Ladendiebstählen überfordert. Hierfür bieten Sie auch Schulungen an. Was lernt man dort?

Wir wollen bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das Bewusstsein fördern, wie sie sich im Falle eines Ladendiebstahls richtig verhalten. Es gibt immer wieder

Fälle, in denen das Personal damit nicht umgehen kann und sogar absichtlich wegschaut. Weiter kann der Kassenablauf geschult werden, um Fehlmanipulationen zu verhindern und die Sicherheit für das Personal und das Geschäft zu erhöhen. Wertvoll ist auch, den Prozessablauf innerhalb eines Unternehmens zu untersuchen und in der Schulung Verbesserungsmaßnahmen einzuführen. Im Detailhandel fehlen oft definierte Prozesse. So könnten Kosten gespart und Fehler vermieden werden, wenn Bestellungen gebündelt erfolgen.

Mit welcher Entwicklung rechnen Sie in Zukunft?

Die Technologisierung der ganzen Warenwirtschaft kommt. In diesem Zusammenhang wird auch der elektronische Datenfluss zum Standard im Detailhandel. Durch detaillierte Analyse der bestehenden Abläufe im Betrieb und des gesamten Warenflusses lassen sich individuelle Probleme eruieren und gezielte Massnahmen wie zum Beispiel Mitarbeiterschulung oder Personalplanung erarbeiten. Mithilfe der technologischen Lösungen lassen sich diese Massnahmen umsetzen und kontrollieren. Zusammen mit der Analyse kann dies zu einer Reduktion der Inventurdifferenzen um bis zu 50 Prozent führen.

Interview: Fabrice Müller

www.novatec-warensicherung.de

schnitt 71 Prozent aller aufgedeckten Kundendelikte durch Detektive erkannt. Obwohl die meisten Unternehmen in ihren Märkten nicht über eine flächendeckende Kameraausstattung verfügen, werden knapp 40 Prozent der kriminellen Taten dank Kamerasystemen und Bildaufzeichnungen entdeckt.

«Diese Erkenntnisse belegen eindeutig die Wichtigkeit und Notwendigkeit des Detektiveinsatzes und der Kameraüberwachung im Einzelhandel», so das Fazit des EHI. Ein erheblicher Teil der Inventurdifferenzen wird laut einem Bericht der deutschen «Lebensmittelzeitung» an der Kasse verursacht. Es beginnt mit einem ganz nor-



Mit einem **portablen Lesegerät** – hier von Abächerli Solutions – lassen sich die Artikel direkt am Regal inventarisieren.

malen, korrekten Kauf. Anschliessend wird der Bon kopiert und die gekaufte Ware mit dem Originalbeleg in der Kauffiliale wieder umgetauscht. Mit der Kopie reist der «Kunde» dann von Filiale zu Filiale und stiehlt dort die zum Bon passende Ware. Er entfernt die Warensicherung und tauscht die Artikel an den Kassen unter Vorlage der Bonkopien gegen Bargeld um.

Noch etwas riskanter ist laut der Fachzeitung die zweite Variante: Hier entwendet der Betrüger in einer Filiale ein Produkt und tauscht es ohne Kaufbeleg im selben Haus mit einer

Zuzahlung gegen einen höherwertigen Artikel um. In der nächsten Filiale wird die so erworbene Ware mit dem erhaltenen, sozusagen echten Kassensbon gegen Bargeld umgetauscht. Als ausgesprochen unverfroren darf die dritte Variante bezeichnet werden: Nach einem regulären Kauf taucht der Kunde eine halbe Stunde später ohne Bon wieder auf, um die Waren umzutauschen. Er gibt an, den Originalbon verloren zu haben. Die Mitarbeitenden an der Kasse nehmen dem Käufer diese Lüge oft genug ab und die Waren ohne Probleme zurück. In der nächsten Filiale klagt der kriminelle

Kunde das zum einbehaltenen Bon passende Produkt und tauscht es gegen Bargeld um. Raffiniert sind auch die Tricks, wie Mitarbeitende von Detailhandelsunternehmen Waren entwenden. Als «Freundschaftsdienst» für befreundete Kunden zieht zum Beispiel die Kassiererin das Filet nicht über den Scanner, nur die Cervelats. Trickserien sind beispielsweise auch mit Pfandleergut oder durch das Eintippen falscher Beträge möglich. Der so entstandene Bargeldüberschuss in der Kasse wird in einem unbeobachteten Moment abgefischt.

Es geht aber auch so: Der Metzger deponiert ein teures Stück Fleisch an der Rampe im Abfallkübel und nimmt dieses nach Ladenschluss unauffällig mit nach Hause. «Oftmals unbehelligt können nach Ladenschluss Putzequipen oder Servicemitarbeitende Waren mitlaufen lassen», sagt Patrick Geiges von der Novatec Holding AG in Rotkreuz. Viele Geschäftsführer tun sich jedoch schwer, ihre Angestellten auf

Klein im Preis – gross in Qualität und Leistung

«ABACUS Small Business», die Software-Gesamtlösung für KMU

- > Auftragsbearbeitung > Rechnungswesen-Software > Adressverwaltung
- > Lizenz für 4 Benutzer > inkl. Schulung im Wert von Fr. 1'000.– > Paketpreis: ab Fr. 16'000.–



Eichwatt 5, 8105 Watt-Regensdorf, www.fidevision.ch
Kostenloses Beratungsgespräch unter Tel. 044 738 50 70

So lässt sich Inventur-Aufwand reduzieren

Mindestens einmal pro Jahr sollte der Warenbestand eines Detailhandelsunternehmens erfasst werden. Solche Inventuren sind wenig beliebt, denn sie bedeuten oft Umsatzeinbussen und Überstunden für das Personal. Das muss nicht sein. «Die Durchführung einer Inventur ist für manche Detaillisten ein wichtiges Instrument, um ihre Warenbestände und -prozesse zu analysieren», sagt Daniel Abächerli von Abächerli Solutions in Rotkreuz. Das Unternehmen ist auf die Durchführung von Inventuren, auf Archivierung und Warenwirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen spezialisiert. «Die Inventur ist somit auch ein Indikator dafür, wie genau im Geschäft gearbeitet wird. Für den Detailhandel nimmt die Inventur an Bedeutung zu, weil sie mittlerweile von Treuhänder und Revisoren immer mehr gefordert wird.»



Doch die Durchführung einer Inventur stellt für ein Detailhandelsunternehmen eine organisatorische Herausforderung dar. Wird sie während den Geschäftszeiten durchgeführt, drohen Umsatzeinbussen. Findet sie nach den Öffnungszeiten am Abend statt, bedeutet dies für die Mitarbeitenden Überstunden. «Wenn immer möglich erfassen wir die Waren im Laden mit unseren portablen Lesegeräten vor der Geschäftsöffnung und konsolidieren die Lagerbestände dann während des Tages. Zudem setzen wir auf Wunsch auch eigene Leute ein, um das Personal der Geschäfte möglichst zu entlasten.»

Eine Inventur bringt meist Optimierungspotenzial zu Tage, dank dem sich zum Beispiel die Lagerdrehzahlen oder Prozesse in der Warenbewirtschaftung verbessern lassen. Deshalb empfiehlt Daniel Abächerli insbesondere auch den kleinen Detaillisten die Einführung eines elektronischen Kassens- und Warenwirtschaftssystems. «Ich rechne damit, dass in Zukunft auch kleine Geschäfte mit solchen Systemen arbeiten werden.»

(fm)

www.abaecherli-solutions.ch

Verdächtigungen anzusprechen. «Die Angestellten des Detailhandels stehen unter Erfolgsdruck. Darunter leidet das Betriebsklima, was schlussendlich den Diebstahl durch Angestellte begünstigt», so Patrick Geiges. Diebstähle und Fehler passieren nicht selten auch beim Wareneingang an der Rampe. Weil der Lagerist des Detailhandelsunternehmens die Ware nicht kontrolliert, entgeht ihm, dass der Lieferant nicht die gewünschte Menge

geliefert hat. Oder der Chauffeur behält eine gewisse Menge der Ware für eigene Zwecke zurück. Der Detailhandel hat verständlicherweise größtes Interesse daran, Inventurdifferenzen zu reduzieren. Bevor technische oder organisatorische Massnahmen getroffen werden, sollten zusammen mit einer Inventur-Fachperson sämtliche Waren- und Zahlungsprozesse im Geschäft analysiert werden. «Besonders bei kleinen Detaillisten schlagen Inven-

turdifferenzen brutal zu Buche. Deshalb lohnt es sich, das Geschäft zuerst unter die Lupe zu nehmen – allenfalls auch mit Hilfe von Videokameras», empfiehlt Patrick Geiges. Videokameras seien nicht nur zur Kontrolle und einer allfälligen Überführung von Tätern ein gutes Mittel, sondern eignen sich auch zur Prävention von Kunden- und Mitarbeiterdiebstählen.

An technischen Lösungen zur elektronischen Warensicherung (auch bekannt als Elektronische Artikelsicherung EAS) stehen den Detaillisten und Grossverteilern drei Hauptrichtungen zur Auswahl: elektromagnetische (EM), akustomagnetische (AM) oder radiofrequente (RF) Systeme. Die Vernetzung verschiedener Systeme, zum Beispiel der Videoüberwachung mit dem elektronischen Kassensystem oder der Leinensicherung mit der Besucherfrequenzzählung, kann zudem bisher verborgene Aufschlüsse über das Kunden- und Mitarbeiterverhalten liefern. «Durch die strikte Trennung des Bezahlvorganges vom Mitarbeiter mit Hilfe eines Bezahlautomaten können neben der verbesserten Kontrolle der Zahlungsmittel durch einen Geldscheinprüfer und einer erhöhten Genauigkeit des Kassivorgangs auch eine Effizienzsteigerung und mehr Sicherheit erreicht werden», so Geiges.

Die RFID-Technik spielt dabei eine zunehmend wichtige Rolle. Sie ermöglicht die Vernetzung von mehreren Technologien und Systemen und bringt neben der Warensicherung auch erhebliche Vorteile bei der Kontrolle des Warenflusses und der Überprüfung der Bestände im Lager und auf der Ver-



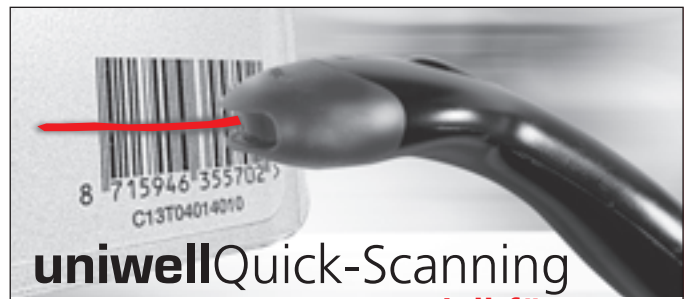
Obwohl die meisten Unternehmen nicht über eine **flächen-deckende Kameraausstattung** verfügen, werden knapp 40 Prozent der kriminellen Taten dank Kameras entdeckt.

kaufsfläche. Besonders in grösseren Geschäften sowie Warenhäusern helfen Sensoren bei Kassen, Rolltreppen, allen Schleusen der Ein- und Ausgänge wie auch im Lager, die Reise einer Ware – die mit einem Chip versehen ist – zu beobachten und rückzuverfolgen. Die Chips können bei Bedarf mit Informationen zum Produkt bestückt werden.

Die RFID-Tags werden durch das elektromagnetische Feld bei den Sensoren aktiviert, das die Bewegung der Ware registriert. Dadurch lässt sich zum Beispiel auch feststellen, an welchem Ort im Geschäft oder bei welcher Mitarbeiterin mit der entsprechenden Ware ein Störsignal oder ein Alarm ausgelöst wurde. Über SMS oder E-Mail informiert das System über allfällige Störungen, sodass beispielsweise der Techniker schnell eingreifen kann. Werden die Chips bereits am Produktionsort angebracht, sind sie auch ein Schutz gegen Fälschungen.

Dank der Vernetzung mit passwortgeschütztem Zugriff übers Internet können die Daten jederzeit abgerufen werden. Für die Inventur entfällt dank der RFID-Technik das Zählen der Produkte. Mit einem mobilen Scannergerät werden die Bestände erfasst und mit den Daten des Systems verglichen. Waren, die am falschen Ort platziert sind, lassen sich dadurch leicht erkennen.

Fabrice Müller



uniwellQuick-Scanning

speziell für KMU

- Schnelles, fehlerfreies Erfassen auf der Kasse
- Kein zeitraubendes Preissuchen auf den Artikeln
- Keine Verluste durch falsche Preise
- Ideal für Aushilfspersonal
- Keine aufwendigen Instruktionen oder Einarbeiten
- Regalanschrift hilft hunderte von Arbeitsstunden einsparen, da keine Preisauszeichnung mehr nötig.
- Einfachstes Erfassen fehlender Preise während des Kassiervorganges
- Führen eines Stücklagers ohne grossen Aufwand.

Erstaunlich günstiger Preis. Eine echte Otto-Mathys-Leistung.

Diese Investition macht sich innert kürzester Zeit bezahlt. Eine Gratis-Demo sagt mehr als tausend Worte. Rufen Sie an >> am besten gleich jetzt<<

Otto Mathys cashTec AG

5035 Unterentfelden, Tel. 062 737 74 74 www.cashtec.ch

- | | | |
|-------------------------------|----------------------------|------------------------|
| • Aarau 062 737 74 14 | • Bern 031 301 54 34 | • Buchs 081 756 45 72 |
| • Chur 081 285 19 90 | • Lausanne 021 691 82 82 | • Luzern 041 250 46 33 |
| • Ostermündigen 031 932 27 47 | • St. Gallen 071 310 22 60 | • Zürich 044 454 10 40 |

Spielend leicht montiert!

SYMA-Faltmobiliar macht mobil.

SYMA
Continuous Innovation

SYMA-SYSTEM AG
9533 Kirchberg/SG
Tel. 071 932 32 32
Fax 071 932 32 33
architektur@syma.ch
www.syma.ch