

## Mit verräterischem Peilerblick und Ein-Henkel-Griff FAZ vom 2.Mai 2001

Der Einzelhandel müht sich um Diebstahlvermeidung / Gute Servicequalität trickst die  
Langfinger aus / Testdiebstähle sollen Schwachpunkte aufdecken / Von Ursula Kals

HANNOVER, 1. Mai. „Nächsten Dienstag gehen wir klauen. Sind Sie dabei?“ Nicht gerade die gängige Terminankündigung, mit der der seriöse Münchener Alfred Fuchsgruber zum Seminar einlädt. Der Geschäftsführer der „11 Freunde Trainings & Schulungs GmbH“ ([www.elf-freunde.de](http://www.elf-freunde.de)) bietet Dienstleistung für den Einzelhandel an. Ein Schwerpunkt ist die Diebstahlsprävention, und dazu gehören auch praktische Übungen, wie an diesem Semintag in Hannover. Heute wird es für die Spielwarenbranche ernst, deren Vereinigung der Spielwaren-Fachgeschäfte, Vedes, das Seminar anbietet.

Gabi Brink zupft aufgeregt am Ärmel ihres lila Sweatshirts, das unter ihrem roten Pullover hervorlugt. Die junge Spielwarenverkäuferin aus Halberstadt fühlt sich sichtlich unwohl in ihrer Haut, obgleich sie ihre Aufgabe zur Zufriedenheit des Seminarleiters gelöst hat: Sie hat geklaut und ist nicht erwischt worden. Gemeinsam mit drei anderen Teilnehmern ist sie vom Tagungshotel in die Innenstadt von Hannover gefahren und hat dort in einem Textilwarengeschäft das lila Sweatshirt gestohlen und nebenbei in ihrem Portemonnaie noch Modeschmuck mitgehen lassen.

Ein zweifelhaftes Abenteuer, auf das die redliche Teilnehmerin gut hätte verzichten können. „Ich fand das ganz furchtbar. Aber ich hätte nie gedacht, daß das so einfach geht“, seufzt sie in die Runde. Martin Haber, ein junger Verkäufer aus einem Darmstädter Spielwarenladen, schwingt gleich sieben Pullover auf den Konferenztisch und gibt sich nervenstark: „Das war ziemlich leicht. Die habe ich einfach draußen vom Ständer mitgehen lassen.“ Der Auszubildende Karl Henrich stahl sich derweil in den toten Winkel der Kinderabteilung, um dort ein T-Shirt einzustecken: „Ich habe Ware gesucht, wo kein Pieper dran war. Beim Rausgehen gab es noch nicht mal ein Tschuß, die wussten gar nicht, daß ich drin war.“ Ihre Gelassenheit verdanken die Seminardiebe allerdings auch Alfred Fuchsgruber. Der Geschäftsführer von „11 Freunde“ hat die Teilnehmer mit einem Freibrief versorgt, mit dem sie das Verkaufspersonal hätten beschwichtigen können – vorausgesetzt, sie wären erwischt worden. Unterschrieben war der Brief von der Geschäftsleitung der Textilwarenkette, deren Erlaubnis Fuchsgruber vorab eingeholt hatte.

Warum waren die Testdiebe so erfolgreich? Susanne Plößer hat eine Erklärung: „Es gab keinen Kabinenservice.“ Die Testdiebin wollte gleich fünf Oberteile anprobieren, obgleich offiziell nur drei Teile hinter den Vorhang wandern dürfen. Eine freundliche Rückfrage zur desinteressierten Verkäuferin an der Kasse bracht das Okay: „Die können Sie von mir aus alle mit reinnehmen.“ Daß die nervöse, sympathisch hasenherzige Kundin – „Ich wäre beinahe gestorben“ – die Kabine nur noch mit vier Teilen über dem Arm verließ und eine Weste unter ihrem Pulli heraus schmuggelte, das entging der Verkäuferin. „Zur Tarnung habe ich dann noch ein Teil gekauft“, erklärt Susanne Plößer, die in Darmstadt Kinderspielzeug verkauft.

Ihr Erlebnis erhärtet Fuchsgrubers These: Mit gutem, das heißt aufmerksamem Verkaufspersonal lassen sich Diebstähle verhindern. „Aktiver Verkauf gibt dem Kunden keine Chance, allein auf Diebestour zu gehen“, bekräftigt der Chef der „11 Freunde“, deren Firmenname sich auf einen Ausspruch Sepp Herbergers („Elf Freunde sollt ihr sein“) beziehen. Anders die Modeverkäuferinnen. Sie ließen sich durch die störenden Kunden nicht aus ihrem Privatgespräch reißen, in das sie tief versunken waren und derweilen an der Kasse pausierten. So hatten die Diebe leichten Zugriff. Hätten die Verkäuferinnen die Kunden begrüßt, also registriert, und immer wieder Blickkontakt aufgenommen, dann hätten zumindest die beiden Frauen – so bestätigten sie – es nicht gewagt, zu stehlen. „Das bringt mehr als viele installierte Kameras, denn die kann man austricksen. Oder löst sich etwa eine Kamera von der Wand und spricht einen Dieb an? Außerdem glauben viele Mitarbeiter, sobald elektronische Sicherungen eingebaut worden sind, sei das Problem beseitigt“, betont der gelernte Kommunikationselektroniker und Handelsfachwirt Fuchsgruber. Bei 100 Testdiebstählen, die seine 14 Mitarbeiter der „11 Freunde“ durchführen, werden sie im Schnitt nur fünf- bis zehnmal erwischt.

Auffälliges Kundenverhalten erlebten die Seminarteilnehmer auf Polizeivideos. Der unschuldige Konsument konnte ob der kriminellen Kreativität nur staunen: Da stopft der ältere Herr, der mit seiner

Wetterjacke und dem karierten Anglerhut so bieder aussieht, teure Haushaltsgeräte in Billigpackungen. Ein gepflegter junger Mann kreist durch die Musikabteilung und hastet mit fünf CD durch die Sicherheitsschleuse. Zwei junge Männer drücken sich bei einem Herrenausstatter unentschlossen um die Ständer, um dann aber keck einen kompletten Anzug unter der Jacke festzuhaken.

Auf den ersten Blick ganz normale Leute, die für einen durchschnittlichen Fernseh-Krimi nie auf die Besetzungsliste gerieten. Auf den zweiten Blick aber verrät sie ihre Körpersprache: der flackernde Peilerblick, also das nervöse Über-die-Schulter-Schauen. Der Tablettgriff, um Ware zu verdecken. Oder auch der ebenso seltsame wie unbequeme Ein-Henkel-Griff, bei dem nur ein Henkel der Tasche gegriffen wird, so daß die Beute flugs hineinwandern kann. Vorsicht ist auch geboten, wenn Kunden wuchtige Tüten oder voluminöse Mäntel – ein beliebtes Transportmittel – tragen oder sich vor Regale hocken. Hier jedoch widersprechen die Spielwarenexperten: In ihren Kreisen entlarvt die Hockstellung keinen unseriösen Kunden, einen Kreisel probiere man halt auf dem Boden aus.

„Den typischen Dieb gibt es nicht“, bekräftigt Fuchsgruber. Mit einer Ausnahme, so ereifert sich Carmen Weiler, die im norddeutschen Verden den Überblick über 286 Quadratmeter hält: „Wenn ich Jugendliche in Bomberjacken und mit diesen tief in die Stirn gezogenen Wollmützen sehe, die sich nur in der Gruppe um Auslagen scharen, dann klingeln bei mir alle Alarmglocken.“ Manche junge Leute haben offenkundig kein Rechtsbewusstsein und betreiben Diebstahl als eine Art sportliche Mutprobe. Die Dreistigkeit mancher Kunden, die den Begriff der Selbstbedienung so grundlegend missverstehen, scheint grenzenlos. Sie umwickeln Sicherheitsetiketten mit Alufolie oder schlagen ihre Tasche damit aus, um dann behände durch die Türschleusen zu verschwinden. Auf jährlich fünf Milliarden DM schätzt der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels den Warendiebstahl. Rund 80 Prozent aller Fälle gehen auf das Konto von Gelegenheitsdieben.

Hochbeladene Gondeln, so heißen die freistehenden Verkaufsregale, erleichtern die Taten. Marina Stegner ringt in ihrem Geschäft bei Hamburg auf drei Etagen um einen Überblick. „Die Kunden zahlen nicht immer auf der jeweiligen Etage, weil sie mit Karte bezahlen wollen. Dann telefoniert das Personal nach unten und informiert.“ Sie hat übrigens stets die Formulare für Strafanträge griffbereit. „Adressen prüfe ich sofort im Telefonbuch.“ Susanne Plößer plagt ebenfalls ein bauliches Problem und Personalmangel: „Bei uns sind nicht alle drei Etagen besetzt. In der Weihnachtszeit haben die Steiftiere Beine bekommen.“ Muß sie Ware aus dem Lager oder Fenster holen, kann leicht die Stunde der Diebe schlagen. „Erst Gelegenheit macht Diebe“, sagt Fuchsgruber und empfiehlt Glasvitrinen und luftige Regale. Diese Vorschläge stießen bei den Händlern auf Kritik. Kinder wollen Spielzeug anfassen, Eisenbahn und Puppen sollen attraktiv präsentiert werden. Michael Hess, der mit seiner Frau Martina in Sangerhausen ein Geschäft führt, wendet ein: „Ladenbauer sagen, Kunden sollten so oft wie möglich vor Regalen stehen, um zum Kaufen animiert zu werden.“

Was aber tun bei einem Verdacht? Fuchsgruber rät zu raschem Handeln: „Schnell ansprechen. Denn wenn Sie lange hinterherschleichen, dann steigt Ihr Adrenalinpiegel.“ Wurstelt eine junge Mutter zum Beispiel Waren in den vollbepackten Kinderwagen – Fußsäcke sind ein beliebtes Depot -, so helfe freundlicher Service: „Kann ich Ihnen etwas abnehmen und zur Kasse bringen?“ Ehrliche Kundinnen freuen sich über die Hilfe, andere überlegen sich zweimal, ob sie etwas mitgehen lassen. Sobald Ware so verstaut wird, dass sie für das Personal weder sichtbar noch greifbar ist, hat ein Gewahrsamswechsel stattgefunden, und der Diebstahl ist vollendet. Um jemanden zu überführen, muß man gesehen haben, wie er etwas in die Tasche stopft, eine Vermutung alleine reicht nicht. Oft schaut das Verkaufspersonal weg, bestätigt Michael Hess aus Sangerhausen: „Die Motivation der Mitarbeiter, sich Verdächtigen zu nähern, ist gering. Viele sind verunsichert, vor allem, wenn wieder organisierte Gruppen aus Rumänien und Polen bei uns auftauchen.“ Keine Angst zeigt indessen seine Frau. „Die jagt hinter den Leuten in der Fußgängerzone her.“ Leider rennt Martina allein. „Kein Mensch hilft. Zivilcourage – die können Sie vergessen.“

Wie sag ich es meinem Kunden? In höflichen, gleichwohl bestimmt vorgetragenen Aussagesätzen, schlägt Fuchsgruber vor: „Halten Sie eine Armlänge Abstand, und versuchen Sie, den Leuten eine Lösung anzubieten.“ Und immer schön diplomatisch bleiben. „Sagen Sie: `Das ist schon anderen passiert.` Und bieten Sie eine Tasse Kaffee an. Gehen Sie mit dem Täter ins Büro.“

Dieser Ton ist Teilnehmer Michael Hess zu moderat: „Das meinen Sie ernst?“ Fuchsgruber nickt: „Es geht darum, die Situation ruhig zu stellen, ich will nicht, dass jemand ausflippt.“ Wer von seinem Festhalterrecht Gebrauch gemacht hat, sollte sich möglichst einen Zeugen hinzuholen -, das gilt vor allem für einen Mann, der eine Diebin erwischt hat. Die Taschenkontrolle ist übrigens ausschließliches

Recht der Polizei. Die sollte in jedem Fall verständigt werden, wenn der Dieb sich nicht einwandfrei ausweisen kann, minderjährig ist oder Anzeichen zu aggressiven Verhalten zeigt. Fuchsgruber wiederholt: „Unbedingt sollten Sie eine Strafanzeige ausfüllen. Die oberste Grundregel lautet, sich nie selbst in Gefahr zu bringen und in Situationen, die außer Kontrolle geraten, den Dieb einfach laufen zu lassen.“ Dieses rigorose Verhalten schreckt andere ab. Carmen Weiler aus Verden nicht: „Ich hole bei einer Mark die Grün-Weißen, das hat sich bei Schülern herumgesprochen.“

Abmahnungen gibt es für die achtlosen Verkäufer der Modefiliale übrigens nicht. Statt dessen sollen sie sich bessern: Die Geschäftsleitung spendiert ihnen ein Präventionstraining. „Wer selbst mal geklaut hat, der weiß, wie Diebe denken,“ sagt Alfred Fuchsgruber. Das durch aufmerksames Personal Gesparte geben manche Firmen gleich wieder aus. Werden die Inventurdifferenzen gesenkt, gibt es einen Bonus für die Mitarbeiter.

Frankfurter Allgemeine Zeitung  
Mittwoch, 2.Mai 2001, Nr. 101