



„Schlauer als die Klauer“

Milliardenschaden im Einzelhandel durch Ladendiebstahl: GenoAkademie bietet Seminare zur Prävention.

Zu den Erfolgsfaktoren im Einzelhandel gehört – neben der Umsetzung der Umsatz-, Rohertrags- und Kostenziele – vor allem die Reduzierung der Inventurverluste. Allein für 2009 hat das Europäische

INHOUSE-SEMINAR

Wie die Mitarbeiter in den Geschäften unserer Genossenschaften und deren Mitgliedsunternehmen „schlauer als die Klauer“ werden, trainiert Manfred Sendatzki in einem Inhouse-Seminar der GenoAkademie „Renditekiller Inventurdifferenzen – wirksame Maßnahmen gegen Diebstahl, Betrug, Unterschlagung“.

Informationen im Internet unter www.genoakademie.de oder telefonisch 0511 9574-320.

Handelsinstitut (EHI), Köln, in seiner neuesten Erhebung Inventurdifferenzen im Einzelhandel über 3,9 Mrd. Euro festgestellt. Unehrlliche Kunden verursachen hiervon knapp 2,0 Mrd. Euro, so das EHI. Den eigenen Mitarbeitern werden ca. 800 Mio. Euro angelastet. Statistisch gesehen entwendet jeder deutsche Haushalt jährlich Waren im Wert von mehr als 50 Euro. Das bedeutet, dass rund jeder 200. Einkaufswagen unbezahlt die Kasse passiert. Täglich bleiben ca. 100.000 Ladendiebstähle unentdeckt, resümiert das EHI.

Wie sich die Verluste durch Kundendiebstahl mit großem Erfolg bei geringem Aufwand reduzieren lassen, erläutert Einzelhandelsex-

perte Manfred Sendatzki, GENO TEAM-CONSULT GmbH, Düsseldorf:

Durch freundliche Mitarbeiter können der Umsatz gesteigert und Inventurdifferenzen reduziert werden. Das funktioniert?

Manfred Sendatzki: Ja, professionell geschulte Mitarbeiter tragen nicht nur zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei, sondern helfen die Inventurdifferenzen eines Unternehmens zu reduzieren. Denn es besteht ein Zusammenhang zwischen der freundlichen Atmosphäre in einem Einzelhandelsgeschäft und der Höhe der Inventurdifferenzen.

Wie genau werden die Inventurdifferenzen durch die Freundlichkeit der Mitarbeiter reduziert?

Sendatzki: Wird der Kunde von freundlichen Mitarbeitern bedient und fühlt sich gut beraten, so kommt er wieder. Freundlichkeit garantiert zwar keinen Schutz vor Diebstahl, sie ist aber eine Chance, dass sich der Kunde wahrgenommen fühlt und sich mit „seinem“ Unternehmen identifiziert. Die Hemmschwelle für einen Diebstahl steigt bei einer Identifikation mit dem Unternehmen überproportional an. Dazu bedarf es jedoch professioneller Mitarbeiter, die jederzeit in der Lage sind, auf die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden einzugehen.

Wie viele Einzelhändler schulen ihre Mitarbeiter zur Reduzierung der Inventurdifferenzen?

Sendatzki: Fast alle Einzelhandelsunternehmen schulen ihre Mitarbeiter im Verkauf und an den Kassen. Diese Maßnahmen schärfen jedoch in den wenigsten Fällen das Bewusstsein gegenüber Ladendiebstählen. Dafür bieten sich Testkäufe und Trainings an, die die Mitarbeiter auf die Tricks und Kniffe der Ladendiebe vorbereiten. Hier wird in kritischen Situationen trainiert, freundlich, aber auch bestimmt und angemessen zu reagieren. Regelmäßige Testkäufe und Trainings sorgen für einen nachhaltigen Erfolg und geben den Mitarbeitern die Sicherheit, kritische Situationen anzugehen und ihnen nicht aus dem Weg zu gehen.

Was ist bei diesem „Kombinationstraining“ zur Verbesserung der Kundenorientierung und Reduzierung des Ladendiebstahls besonders wichtig?

Sendatzki: Durch eine lückenlos abgestimmte Vorgehensweise von Testkauf und Training entsteht für den Kunden eine Atmosphäre von Freundlichkeit und Aufmerksamkeit. Während im Verkauf die Fachberatung und Aufmerksamkeit im Fokus stehen, ist im Kassensbereich der Service und die Kenntnis über die Diebstahl-Tricks von besonderer Bedeutung. Im Mittelpunkt dieses Konflikts zwischen Freundlichkeit und Aufmerksamkeit stehen alle Mitarbeiter. Besonders unterschätzt

werden oft die Aufgaben der Kassiererinnen und Kassierer.

GenoAkademie: Sollen die Aufgaben der Mitarbeiter im Verkauf und an den Kassen bis zur Überführung der „Ladendiebe“ gehen?

Sendatzki: In vielen zeitgemäß ausgerichteten Unternehmen findet ein Umdenken statt, was Inventurdifferenzen durch Ladendiebstahl angeht. Man will weniger die Täter überführen als vielmehr den Diebstahl durch Vorbeugung verhindern. Leider lassen sich „schwarze Schafe“ weder von elektronischen Sicherungsanlagen noch von Videosystemen abschrecken. Außerdem wird der Ladendiebstahl möglicherweise durch diese technischen Hilfsmittel aufgedeckt. Es sollten die Grundsätze „Vorbeugen, so viel wie nötig“ und „Überführen, so viel wie nötig“ angestrebt werden.

Wie können die Erfolge dieses Spezial-Einzelhandelstrainings bewertet werden?

Sendatzki: Ganz klar teamübergreifend. Wie im Leistungssport wird das Resultat der Einzelnen, des Trainers, des Managements und des gesamten Teams am Erfolg gemessen. Wenn alles stimmt, kommt es zu einer lang anhaltenden Bindung.

Was ist in der Vorbereitung zu den Trainingstestkäufen besonders zu beachten?

Sendatzki: Die Vorbereitung der Trainingstestkäufe sichert zu 90 Prozent den Erfolg. Vor den Testkäufen und den Trainingsmaßnahmen werden Ausgangssituation und Ziele bewertet. Es wird konkret geplant und realisiert, wer, wie, wann und in welchen Abständen zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Verhinderung des Ladendiebstahls trainiert wird.

Welche Kriterien werden zur Verbesserung der Ergebnisse bewertet?

Sendatzki: Wie aus jedem Qualitätsmanagement bekannt, geht es um die Verbesserung der gesamten Leistung des Unternehmens. Der Testkäufer sollte nicht der Buhmann



Zur Person:

MANFRED SENDATZKI

Einzelhandelsfachexperte, Berater, Revisor-Trainer.

Registrierter Quality Assessor im Deutschen Institut für Interne Revision e.V. (DIIR)

Nach dem Studium zum Betriebswirt folgten Führungsaufgaben in der Beratung, Organisation und Revision von Unternehmen.

Ab 1982 Bereichsleiter Revision einer Unternehmensgruppe mit insgesamt 100 SB-Warenhäusern, Verbrauchermärkten, C&C und Logistikcenter.

Seit 2005 Berater der GENO TEAMCONSULT GmbH.

sein, der die Mitarbeiter an den Pranger stellt. Er ist der Qualitätsgarant für die Einhaltung der Standards im Umgang mit den Kunden, der Ware und der Organisation. Die Aufmerksamkeit, Freundlichkeit, Fachkompetenz und das Verkaufsinteresse sind trainierbar. Dieses effiziente Training durch messbare Ergebnisse und Steuerung der Trainingswellen hat sich schon seit Jahren in der Praxis bewährt.

■ Interview: Armin Rohwer/Text: Redaktion

KONTAKT

Armin Rohwer
Bildungsberater für
Waren- und Dienstleistungs-
genossenschaften
Telefon 0511 9574-320
armin.rohwer@
genossenschaftsverband.de



Manfred Sendatzki
GENO TEAMCONSULT GmbH,
Düsseldorf
Telefon 02932 202420
sendatzki@
geno-teamconsult.de

