

# Security im Drogeriemarkt

**B**eim Einkauf im Drogeriemarkt steht plötzlich ein Mann in schwarzer Montur neben mir. Ein Security-Mann!

Ist man auf einen Mann in Schwarz eingestellt, besteht kein Anlass zum gelinden Schreck, etwa wenn man den Schornsteinfeger erwartet. Aber hier? Neben Haushaltsreinigern und Hygieneartikeln? Na gut, ich fange mich rasch und frage den Mann in Schwarz, ob denn falsch verstandene Selbstbedienung hier bei Zahnpasta und Windeln so viel Überwachung erfordert. „Sie glauben ja gar nicht“, bekomme ich zu hören, „wie viel jetzt geklaut wird!“

Es stimmt mich traurig. Meine Skepsis, angesichts der hohen Regale in diesem großen Laden ließe sich jede Ecke doch gar nicht überwachen, teilt der Mann in Schwarz. Doch seine bloße Anwesenheit genüge schon, um den Ladendiebstahl einzudämmen.

Die Angelsachsen sprechen da von „fleet-in-being“-Wirkung. Meine Recherche bringt zutage, dass dem deutschen Einzelhandel jährlich 1,3 Prozent vom Umsatz durch Inventurdifferenzen und Sicherheitsmaßnahmen entgehen und dass allein zwei Milliarden Euro auf das Konto unehrlicher Kunden gehen. Auch wenn heute viel von Toleranz die Rede ist – manches kann man eben doch nicht dulden. **HOS**