ibi research
an der Universität Regensburg

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 27. November 2026

Kriminalität im stationären Handel: 69 Prozent der Händler haben bereits Erfahrungen gemacht

Ladendiebstahl, Einbrüche, Betrugsfälle oder aggressive Situationen: Kriminalität ist für viele stationäre Händler:innen eine konkrete Herausforderung. 69 Prozent der befragten Unternehmen haben bereits Erfahrungen mit Kriminalität im eigenen Geschäft gemacht. Besonders häufig berichten sie von Ladendiebstahl durch Kund:innen. Die Folgen reichen von Umsatzverlusten bis hin zu zusätzlichen Investitionen in Sicherheitstechnik. Das zeigt der Studienteil „Sicherheit im stationären Handel" der Untersuchung „CyberResilience & RetailSecurity 2026" von ibi research an der Universität Regensburg GmbH.

31 Prozent der befragten stationären Händler:innen haben bereits mehrfach Kriminalität im eigenen Geschäft erlebt, weitere 37 Prozent zumindest vereinzelt.



Abbildung 1: *Bisherige Erfahrungen stationärer Händler:innen mit Kriminalität im eigenen Geschäft (in Prozent)*

Am häufigsten nennen sie Ladendiebstahl durch Kund:innen: 61 Prozent berichten von entsprechenden Vorfällen. Auch Ladendiebstahl durch eigenes Personal und Falschgeld spielen mit jeweils 26 Prozent eine Rolle. Die Ergebnisse zeigen, dass Sicherheitsvorfälle den stationären Handel auf unterschiedliche Weise betreffen.

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

Ladendiebstahl verursacht wirtschaftliche Folgen

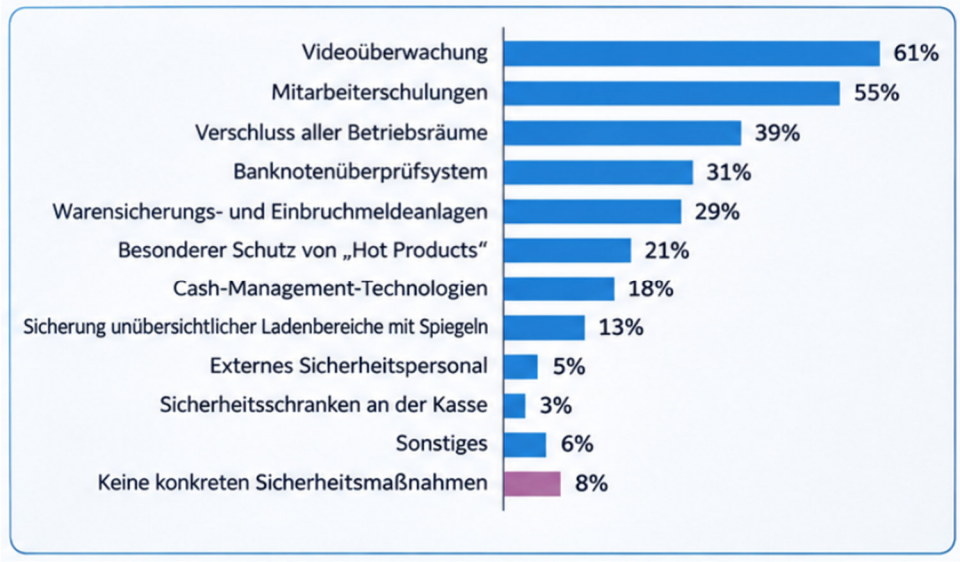
Die Auswirkungen von Sicherheitsvorfällen zeigen sich auch in den wirtschaftlichen Belastungen der betroffenen Unternehmen. 72 Prozent der Händler:innen, die bereits Kriminalität erlebt haben, berichten von Umsatzverlusten. 56 Prozent nennen zusätzliche Investitionen in Sicherheitstechnik. Darüber hinaus führen 37 Prozent steigende Versicherungskosten und 30 Prozent höhere Personalkosten als Folgen an.

Die Höhe der Schäden kann dabei erheblich ausfallen: Einzelne Händler:innen geben jährliche Schäden von bis zu 100.000 Euro an. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Kriminalität im stationären Handel nicht nur den unmittelbaren Geschäftsbetrieb beeinträchtigen, sondern auch zusätzliche Kosten verursachen kann.

Händler setzen auf Videoüberwachung und Mitarbeiterschulungen

Um sich vor Kriminalität zu schützen, kombinieren stationäre Händler:innen verschiedene technische und organisatorische Maßnahmen. Am häufigsten kommt Videoüberwachung zum Einsatz: 61 Prozent der befragten Unternehmen nutzen sie. 55 Prozent setzen auf Mitarbeiterschulungen, 39 Prozent verschließen alle Betriebsräume. Weitere Maßnahmen sind Banknotenüberprüfsysteme (31 Prozent) sowie Warensicherungs- und Diebstahlschutzmaßnahmen (29 Prozent).

Nur acht Prozent der befragten stationären Händler:innen geben an, bislang keine konkreten Sicherheitsmaßnahmen einzusetzen. Die Ergebnisse zeigen damit, dass Prävention für einen Großteil der Unternehmen bereits zum betrieblichen Alltag gehört.



ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

Abbildung 2: *Eingesetzte Sicherheitsmaßnahmen zur Kriminalitätsprävention im stationären Handel (in Prozent)*

Mit Blick auf die weitere Entwicklung fällt die Einschätzung der Händler:innen kritisch aus: 69 Prozent erwarten, dass sich die Sicherheitslage im stationären Handel in den kommenden fünf Jahren verschlechtern wird. Nur 14 Prozent bewerten die aktuelle Sicherheitslage als eher oder sehr entspannt.

Konsument:innen fühlen sich beim Einkauf überwiegend sicher

Auch aus Sicht der Konsument:innen ist Sicherheit im stationären Handel ein relevantes Thema. Mehr als die Hälfte der Befragten (52 Prozent) hat innerhalb der vergangenen zwölf Monate mindestens einen der abgefragten Sicherheitsvorfälle beobachtet. Besonders häufig wurden Ladendiebstahl, Polizeieinsätze und aggressives Verhalten gegenüber Mitarbeitenden wahrgenommen.

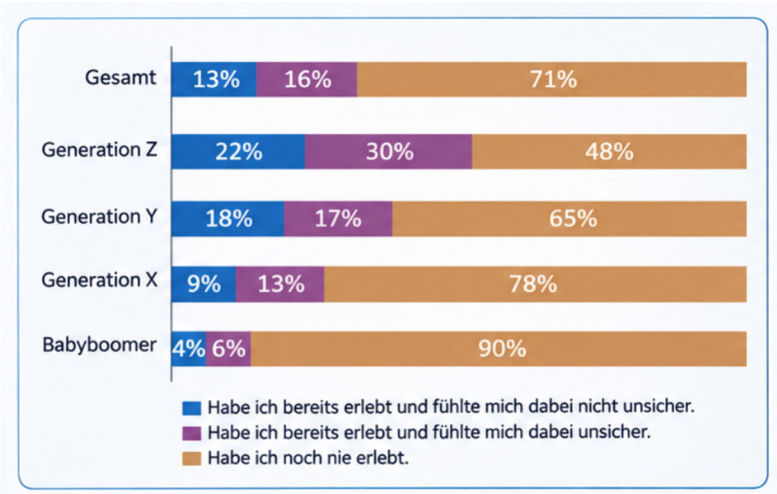


Abbildung 3: *Erfahrungen mit Kriminalität und subjektives Unsicherheitsempfinden im stationären Handel nach Generationen (in Prozent)*

Trotz dieser Erfahrungen bleibt das persönliche Sicherheitsgefühl insgesamt hoch: 78 Prozent der Konsument:innen fühlen sich beim Einkauf im stationären Handel sehr oder eher sicher. Dabei zeigen sich Unterschiede zwischen den Generationen. Während 52 Prozent der Generation Z bereits eigene Erfahrungen mit Kriminalität im stationären Handel gemacht haben, sind es bei den Babyboomern zehn Prozent.

Beobachtete Vorfälle bleiben jedoch nicht immer ohne Folgen: 48 Prozent derjenigen, die mindestens einen Vorfall beobachtet haben, geben an, dass sich dies stark oder eher stark auf ihr persönliches Sicherheitsgefühl auswirkt.

Sichtbare Sicherheitsmaßnahmen werden überwiegend akzeptiert

Sicherheitsmaßnahmen im Geschäft werden von der Mehrheit der Konsument:innen wahrgenommen, ohne das Einkaufserlebnis als störend zu empfinden. Das gilt unter anderem für Videoüberwachung, Warensicherungen und Sicherheitspersonal. Damit zeigt sich ein Spannungsfeld zwischen dem Schutz vor Kriminalität und einem angenehmen Einkaufserlebnis: Sichtbare Sicherheitsmaßnahmen können zur Sicherheit beitragen, werden von den Kund:innen aber überwiegend akzeptiert.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Perspektiven von Händler:innen und Konsument:innen unterschiedliche Aspekte der Sicherheit im stationären Handel beleuchten. Während Unternehmen bereits heute mit wirtschaftlichen Folgen von Kriminalität umgehen und mehrheitlich eine Verschlechterung der Sicherheitslage erwarten, fühlen sich die meisten Konsument:innen beim Einkauf weiterhin sicher. Für den Handel kommt es daher darauf an, technische, organisatorische und personelle Maßnahmen miteinander zu verbinden und den Schutz so zu gestalten, dass das Einkaufserlebnis möglichst wenig beeinträchtigt wird.

Zur Studie

Der Studienteil „Sicherheit im stationären Handel“ ist Teil der Studie „CyberResilience & RetailSecurity 2026“ von ibi research an der Universität Regensburg GmbH. Die Untersuchung beleuchtet sicherheitsrelevante Vorfälle im stationären Handel aus der Perspektive von Händler:innen und Konsument:innen. Dafür wurden 106 Unternehmen im Zeitraum vom 21. Mai bis zum 1. September 2026 sowie 1.033 Konsument:innen ab 16 Jahren mit Hauptwohnsitz in Deutschland am 24. und 25. Juni 2026 online befragt.

Die Ergebnisse zu den Erfahrungen stationärer Händler:innen beruhen auf 62 Teilnehmenden.

Die Studie ist kostenlos erhältlich unter:
www.ibi.de/veroeffentlichungen/2026/cyberresilience-retailsecurity-2026-sicherheit-im-stationaeren-handel-in-deutschland

ibi research an der Universität Regensburg | Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-0 | Telefax: 0941 788391-88 | E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

research
an der Universität Regensburg

Über ibi research:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH ist ein deutschlandweit aktives Institut für angewandte Forschung im Bereich der digitalen Wirtschaft. Mit Fokus auf Banking, Payment und Handel untersuchen wir innovative Technologien, Geschäftsmodelle und Trends, um praxisnahe Lösungen und Empfehlungen für Unternehmen und Organisationen zu entwickeln.

Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:
ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 788391-0
E-Mail: presse@ibi.de