

München, 17. Juni, 2015

CCTV-Studie: Videoüberwachung genießt weiterhin ein positives Image bei Mitarbeitern und Kunden

Einsatz von IP-Technologie lohnt sich für den Einzelhandel

Erstmals gaben die Teilnehmer der Umfrage „Videoüberwachungssysteme (CCTV) im Einzelhandel 2015“ die Reduzierung der Gesamtbetriebskosten als einen der ausschlaggebenden Gründe an, in ein IP-Videosicherheitssystem zu investieren. Dies ist das Ergebnis einer Studie zum Thema CCTV im Einzelhandel, die vom Kölner EHI Retail Institute im Auftrag von Axis Communications bereits zum dritten Mal durchgeführt worden ist. Videoüberwachung bleibt demnach auch 2015 das führende technische Instrument zur Bekämpfung von Warendiebstahl.

Die Umfrage zeigt, dass der Einzelhandel weiterhin auf IP-Systeme setzt, um seine Mitarbeiter, Kunden und Waren zu schützen. Rund 84 Prozent der Teilnehmer bestätigen diesen Trend und planen im Vergleich zum Vorjahr ein konstant hohes oder erhöhtes Budget für Videoüberwachungssysteme ein.

Während die Studien in den Jahren zuvor ausschließlich technische Gründe für die Präferenz eines IP-Systems anführten, zeigt die aktuelle Umfrage ein grundlegendes Umdenken. Denn erstmals zählt die Wirtschaftlichkeit eines IP-Systems gegenüber analogen Lösungen zu einem der Hauptkriterien. So begründen 10,3 Prozent der Befragten ihre Wahl mit dem hohen Einsparpotenzial. Denn IP-Kameras können einfach und kostengünstig installiert werden, da auf die schon vorhandene IP-Infrastruktur zurückgegriffen wird. Dank dem Einsatz einer SD-Karte in der Kamera oder einem Speichermedium im Netzwerk (Network Attached Storage - kurz NAS) können zudem Speicherlösungen realisiert werden, die um ein vielfaches günstiger sind als ein Onsite-Server oder Digital-Video-Recorder (DVR). Insgesamt reduziert die Umstellung auf digitale Systeme die Investitionskosten in Unternehmen deutlich.

Mehr Kameras in Außenbereichen und im Lager

Im Gegensatz zu den Umfragen aus den Jahren 2013 und 2014 stieg der Einsatz von Kameras im Lager- und Außenbereich, z.B. auf Zufahrtswegen und Parkflächen, an. Insgesamt 43,4 Prozent der Händler, und damit acht Prozent mehr als 2014, überwachen die Vorgänge in ihrem Warenlager mit Hilfe von Kameras. Auch der Außenbereich rund um die Geschäftsflächen rückt vermehrt in den Mittelpunkt. Einer der Gründe hierfür ist die Investition von 73 Prozent der Befragten in ein Videoüberwachungssystem 2014, um den Schutz und die Sicherheit von Angestellten und Kunden zu erhöhen. Auch die Bereiche außerhalb des Geschäfts werden meist mit Kameras ausgestattet, da es hier ebenfalls zu Vorfällen und Übergriffen kommen kann. Nach wie vor steht natürlich die Diebstahlprävention im Fokus der Einzelhändler. So sind die Haupteinsatzgebiete der Sicherheitskameras weiterhin im Verkaufsraum (96,1 Prozent), im Kassbereich und den Check-Out-Zonen (73,7 Prozent) sowie im Bereich Wareneingang und

-ausgang (55,3 Prozent).

Der Einsatz von Videokameras im Einzelhandel erfährt immer mehr einen Imagewandel und wird sowohl von den Mitarbeitern sowie auch von den Kunden überwiegend als positiv oder neutral wahrgenommen. Die Zunahme von organisierter Kriminalität und schwerem Diebstahl stärkt die Akzeptanz und den Nutzen von Videoüberwachung zusätzlich. Erstaunlich ist hier, dass, obwohl alle in den letzten drei Jahren durchgeführten Studien von Axis Communications und EHI dieses Ergebnis erbrachten, Videoüberwachung in der Öffentlichkeit nach wie vor einen schlechten Ruf hat.

Videoanalysen auf dem Vormarsch – Deutschland im internationalen Vergleich auf niedrigem Niveau

Der Einzelhandel ist sich immer mehr bewusst, dass IP-Kameras auch für Analysen des Kundenverhaltens verwendet werden können. Gegenüber den Vorjahren lässt sich eine deutliche Verschiebung von Planern zu Nutzern feststellen. So führten einige Studienteilnehmer die Personenzählung, das Management von Warteschlangen sowie die Laufwegsanalysen erfolgreich ein. Im internationalen Vergleich hinkt der deutsche Einzelhandel hier jedoch immer noch deutlich den Entwicklungen hinterher.

Kaum eine Veränderung gab es hingegen bei der mobilen Nutzung der Videosysteme. Zwar gaben 52 Prozent der Händler (2014: 47 Prozent) an, dass sie gerne einen mobilen Zugriff nutzen würden, jedoch greifen nur 10 Prozent via Smartphone, Tablet, etc. auf die Videobilder zu. Ähnliches gilt für Cloud-basierte Systeme, deren Bekanntheitsgrad zwar steigt, die Einführung aber größtenteils noch auf sich warten lässt.

EHI-Studie: CCTV im Einzelhandel – Hintergründe

Bereits zum dritten Mal führte das Retail Institut im Auftrag von Axis Communications die Studie zum Thema „CCTV im Einzelhandel“ durch. Die Umfrage wurde im Zeitraum April bis Anfang Mai 2015 erhoben und insgesamt von 89 Einzelhändlern in Deutschland beantwortet. Diese stammen aus unterschiedlichen Branchen, angeführt von Unternehmen aus dem Textilhandel (inklusive Bekleidung, Schuh- und Lederwaren), dem Lebensmitteleinzelhandel sowie aus dem Bereich Baumarkt/DIY, Möbel und Einrichten sowie Elektronik.

Die Ergebnisse werden beim EHI Inventur- und Sicherheitskongress 2015 am 17. und 18. Juni präsentiert.

Das EHI Whitepaper ist im Shop unter der Rubrik „Whitepaper“ erhältlich:

<http://www.ehi-shop.de/de/studien/whitepaper/>

Über Axis Communications

Axis bietet intelligente Sicherheitslösungen für den Schutz und die Sicherheit von Menschen, Unternehmen und Institutionen. Ziel von Axis ist es, zu einer sicheren, stabilen Welt beizutragen. Als globaler Marktführer im Bereich Netzwerk-Video sorgt Axis durch die kontinuierliche Entwicklung innovativer Netzwerkprodukte für den technischen Fortschritt in der Branche. Die Axis-Produkte basieren allesamt auf einer offenen Plattform. Axis legt größten Wert auf die langfristigen Beziehungen mit seinen weltweiten Partnern und versorgt diese mit wegweisenden

Netzwerkprodukten und technischem Know-how für etablierte und neue Märkte. Die Kunden profitieren von diesem globalen Partnernetzwerk. Axis beschäftigt über 1.900 engagierte Mitarbeiter in mehr als 40 Ländern und arbeitet mit über 70.000 Partnern aus 179 Ländern zusammen. Das 1984 gegründete schwedische Unternehmen ist an der NASDAQ Stockholm unter dem Tickersymbol AXIS notiert. Weitere Informationen über Axis finden Sie unter www.axis.com.