

Umfrage: ECR Retail Loss Group empfiehlt Einzelhändlern strategischeren Einsatz von Videoanalyse

- **Einzelhändler geben pro Jahr fast 2 Milliarden Dollar für Videoüberwachung aus**
- **Videoinfrastruktur soll auch zur Geschäftsförderung eingesetzt werden**
- **Eigene Experten für Videotechnik sollen übergreifende Strategie und bessere unternehmensweite Einführung gewährleisten**

Frankfurt, 30. Juli 2020 — Einzelhändler sollten vorhandene Videoinfrastruktur strategischer einsetzen, um die Kosten zu senken, laufende Prozesse zu optimieren und die Rentabilität zu steigern. Zu diesem Schluss kommt ein neuer Report der ECR Community Shrink & OSA Group, einem Zusammenschluss führender Einzelhändler und Hersteller. Auch Genetec, einer der führenden Technologie-Anbieter für vereinheitlichtes Sicherheitsmanagement, öffentliche Sicherheit und Business Intelligence war daran beteiligt. Autor des Berichts ist Adrian Beck, emeritierter Professor an der University of Leicester.

Der Report „Reviewing the use of video technologies in retail“ (Überprüfung der Nutzung von Videotechnologie im Einzelhandel) stützt sich auf lokale Untersuchungen und ausführliche Interviews mit 22 Einzelhändlern* in den USA und Europa, darunter einige der weltweit führende Einzelhandelsketten mit einem Gesamtumsatz von über 1 Billion US-Dollar. Dies entspricht einem Anteil von rund 12 Prozent am Gesamtmarkt der USA und Europas.

Verantwortlicher für Videosysteme empfohlen

Der ECR-Report beleuchtet den allgemeinen Einsatz von Videosystemen und Videoanalyse im Einzelhandel. Darüber hinaus geht er auf die Überprüfung der Einhaltung von Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften und die Untersuchung von Unfällen durch Videotechnologie ein. Der Bericht berücksichtigt ebenfalls die eingesetzten Lösungen der Händler zur Steigerung der Business-Intelligence. Diese können zu kürzeren Reaktionszeiten und optimierten Produktverfügbarkeit beitragen und damit den Kundenservice verbessern. Zudem erstellen solche Lösungen Heatmaps des Ladenlokals, ermitteln die Verweilzeiten von Kunden, überwachen die Auslastung sowie die Länge der Warteschlangen an den Kassen und geben

rechtzeitige Bestellwarnungen heraus. Um die vorhandene Videoinfrastruktur in vollem Umfang nutzen zu können, empfiehlt der ECR-Report die Etablierung einer für die Videosysteme zuständigen Person oder Abteilung im Unternehmen, die alle im Unternehmen eingesetzten Videosysteme strategisch verantwortet.

„Obwohl Videotechnologie seit über 40 Jahren im Einzelhandel eingesetzt wird, haben wir im Rahmen unserer Studie nur wenige Unternehmen untersucht, die das gesamte Potential ihrer Infrastruktur für den Geschäftserfolg ausschöpfen“, sagt Adrian Beck, Verfasser des ECR-Reports. „Videoanalyse ist eine sich schnell entwickelnde Technologie, die viele Unternehmensbereiche betrifft. Um all ihre Möglichkeiten ausnutzen zu können, braucht es klare Verantwortlichkeiten, bessere Analyselösungen für den Einzelhandel, eine stärkere Integration der Videolösungen in die bestehende Infrastruktur sowie ein auf die Unternehmensziele abgestimmtes Systemdesign.“

„Da zahlreiche, unabhängig arbeitende Abteilungen im Einzelhandel unterschiedliche Daten benötigen, haben Systemintegratoren in der Vergangenheit meist kundenspezifische Insellösungen entwickelt. Diese sind ineffizient und reduzieren ROI und die Skalierbarkeit“, sagt Rob Borsch, Practice Leader für Banking und Retail bei Genetec. „Der Einsatz einer ganzheitlichen Lösung folgt einer Gesamtstrategie und kann allen Beteiligten die individuell wichtigen Informationen bieten – zum Beispiel durch maßgeschneiderte Dashboards. So lassen sich wichtige Kennzahlen wie der ROI nachhaltig verbessern.“

Der ganze Report steht zum Download bereit unter <https://ecr-shrink-group.com/page/the-use-of-video-cctv-in-retail>.

**Hinweis: Die Einzelhändler und Unternehmen die an diesem Forschungsprojekt beteiligt haben und bereit waren, ihren Namen offenzulegen sind Abercrombie and Fitch, Adidas, Axis, Big Y, Boots UK, Carrefour, Co-op, Five Below, Genetec, JD Sports, John Lewis & Partners, Lowes, Marks & Spencer, Meijer, Morrisons, Next, Primark, Sainsbury's; Tesco, Travis Perkins Group, Walmart, sowie Zebra.*

Über Genetec

Genetec ist ein innovatives Technologieunternehmen mit einem breiten Lösungsportfolio für Sicherheit, Information und operativen Betrieb von Unternehmen und Organisationen. Die zentrale Lösung Security Center vereinheitlicht IP-basierte Videoüberwachung, Zutrittskontrolle, Nummernschilderkennung, Kommunikation und Analyse auf einer einzigen Plattform. Genetec entwickelt darüber hinaus Cloud-Lösungen und -Services. Sie erhöhen die Sicherheit und tragen dazu bei, dass Regierungsverantwortliche, Unternehmen, Verkehrsbetriebe sowie Städte und Gemeinden, in denen wir leben, neue Erkenntnisse über ihre Betriebsabläufe erhalten. Das Unternehmen mit Sitz in Montreal, Kanada, wurde 1997 gegründet. Genetec betreut Kunden weltweit mit einem umfangreichen Netzwerk aus zertifizierten Vertriebspartnern, Systemintegratoren und Beratern in über 80 Ländern.

Weitere Informationen: www.genetec.de

Pressekontakt

Tobias Merklingshaus

BSK Becker+Schreiner Kommunikation GmbH

Tel.: +49 (0) 2154 8122-15

E-Mail: merklingshaus@kommunikation-bsk.de