

Lund, 19 oktober 2009

## Nio av tio svenska butiksinnehavare ser positiva effekter av kameraövervakning

**Färre stölder och rån samt ökad trygghet för personalen är de främsta orsakerna till att detaljhandeln har installerat kameraövervakning. Nio av tio butiksinnehavare har upplevt positiva effekter av bevakningskameror i butiken. Detta visar en undersökning som Handelsns Utredningsinstitut (HUI) har genomfört på uppdrag av Svensk Handel, i samarbete med Axis Communications.**

- En mycket intressant undersökning som visar att intresset för kameraövervakning och säkerhet är stor inom handeln. Handlarna behöver både utbildning och stöd för att kunna fatta rätt beslut när dom installerar övervakningsutrustning i sina butiker. Kunskap om den nya tekniken och dess fördelar är något vi vill förmedla till våra medlemmar, säger Dick Malmund, Säkerhetschef Svensk Handel

Enligt undersökningen har hälften av de svenska detaljhandelsföretagen kameraövervakning. De främsta skälen till att företag inom handeln har installerat eller kommer att installera bevakningskameror är för man vill förebygga eller utreda stölder, rån och snatteri samt öka tryggheten för personalen. Dessa anledningar stämmer väl överens med de positiva effekter som butiksinnehavare uppger i undersökningen. 66 procent upplever ökad trygghet för personalen, och mer än hälften upplever minskade stölder, rån och snatteri.

Närmare 60 procent uppger att de inte har upplevt några negativa effekter alls av kameraövervakningen. Tre av tio har emellertid upplevt att bildkvalitén är dålig vilket kopplas till att en hög andel av kamerainstallationerna är analoga kameror som ger väsentligt lägre upplösning och sämre kvalitet på inspelat material än dagens digitala kameror.

- Om användbarheten av ett övervakningssystem är den viktigaste aspekten så måste fokus ligga på bildkvalitet. Vissa upplever att det blir dyrare att installera digitala system, men det digitala är mer flexibelt och framtidssäkert och på sikt blir dessa system betydligt mer lönsamma än de analoga. De kan också bidra till affärsnytta genom andra funktioner, som till exempel kundräkning, säger Magnus Zederfeldt som är ansvarig för Axis Communications försäljning i Norden och Baltikum.

Affärsnyttan med kameraövervakning i butik är många. Funktioner som kundräkning, kartläggning av varma och kalla zoner, mätning av uppehållstid i butiken samt köräknare är okända för många av de tillfrågade. Intresset för denna typ av applikationer är emellertid stort. Hälften av respondenterna är intresserade av att med hjälp av kameror kunna räkna kunder och köer, kartlägga varma och kalla zoner samt mäta uppehållstid på olika ytor.

***För ytterligare information om undersökningen se bifogat faktablad!***

---

**Om Axis**

Axis är ett IT-företag som erbjuder nätverksvideolösningar för professionella installationer. Företaget är världsledande inom nätverkvideo, och driver den pågående utvecklingen från analog till digital videoövervakning. Axis produkter och lösningar fokuserar på säkerhets- och fjärrövervakning och bygger på innovativa, öppna tekniska plattformar.

Axis är baserat i Sverige, med verksamhet över hela världen, kontor i mer än 20 länder och samarbetspartners i mer än 70 länder. Axis grundades 1984. Företaget är listat på NASDAQ OMX Stockholm (kortnamn AXIS). Mer information om Axis finns på vår webbplats på [www.axis.com](http://www.axis.com).

**Om du vill ha mer information om Axis Communications i Norden kan du kontakta:**

Magnus Zederfeldt, landschef, Axis Communications  
Tfn: +46 46 272 1866 E-post: [magnus.zederfeldt@axis.com](mailto:magnus.zederfeldt@axis.com)

**Alla mediaförfrågningar om Axis Communications hänvisas till:**

Margareta Lantz, Investor Relations and Corporate Communications Manager,  
Tfn: + 46 46 272 1892, E-post: [pressoffice@axis.com](mailto:pressoffice@axis.com)

## **Faktablad om HUIs (Handelns Utredningsinstitut) undersökning *Attityder till kameraövervakning i handeln, sep 2009***

- Undersökningen är genomförd av HUI på uppdrag av Svensk Handel i samarbete med Axis Communications i
- Undersökningen genomfördes bland Svensk Handels medlemsföretag under aug och sep 2009 och svarsfrekvensen var 25 procent (1 152 respondenter).
- Bland de företag som deltog i undersökningen är 27 procent i livsmedels- och hälsokostbranschen och 16 procent säljer kläder, skor och accessoarer. Övriga branscher som finns representerade är möbler och inredning, bygg, järn och färg, ur och optik, kiosker, blommor och zoo, vitvaror och elektronik, fritid och leksaker samt böcker, foto och papper.
- Hälften av de tillfrågade har installerat övervakningskameror i sina butiker.
- Kameraövervakning är vanligast i livsmedelsbranschen där 71 procent av de tillfrågade uppger att de har installerat övervakningskameror. Även i branscher som ur, optik och guld (52 procent) samt lampor, vitvaror och hemelektronik (50 procent) är andelen som har installerat kameraövervakning hälften eller mer.
- Nio av tio upplever positiva effekter med kameraövervakning
- Nära 60 procent har inte upplevt några negativa effekter alls av kameraövervakning. 66 procent har upplevt ökad trygghet för personalen efter installation av kameraövervakning
- Tre av tio har uppgett dålig bildkvalitet som en negativ effekt. Av dessa har 70 procent analoga kameror i sina system
- Analoga och nätverksbaserade övervakningssystem är i princip lika vanliga i de svenska butikerna. 35 procent har analoga kameror men av dem funderar en av tre på att övergå till nätverkskameror som innebär högre bildkvalitet. Skälet till att välja analoga framför nätverksbaserade lösningar är primärt kostnaden.
- Åtta av tio respondenter upplever att reaktionen bland personalen avseende kameraövervakningen har varit mestadels positiva. Ingen upplever att kunder eller personal har varit negativa till kameraövervakningen.