



Vom Sicherheitsprodukt zur Datenquelle

Ein Blick auf den Axis-Messestand macht deutlich, dass sich der Fokus verändert hat. Themen wie „Metadata from the Edge“, „Total Cost of Ownership“ oder „Sustainability“ stehen gleichberechtigt neben klassischen Sicherheitsanwendungen.

„Viele denken zunächst: Was hat das mit Security zu tun?“, erklärt Grimm. „Für uns sind Metadaten und Analysefunktionen inzwischen zentrale Bausteine. Sie liefern den eigentlichen Mehrwert unserer Kameras.“

Die Grundlage dafür bildet die aktuelle Chipset-Generation ARTPEC-9, die deutlich mehr Rechenleistung direkt auf dem Gerät bereitstellt. Dadurch können Kameras bereits „am Edge“ relevante Daten erzeugen und selektieren, die anschließend von Analyse- oder Business-Intelligence-Systemen weiterverarbeitet werden.

Axis selbst positioniert sich dabei bewusst als Plattformanbieter. „Wir liefern nicht jede Analyse selbst“, sagt Grimm. „Unsere Aufgabe ist es, die Basis zu schaffen: Bildqualität, Metadaten und eine zuverlässige Hardwareplattform. Darauf bauen unsere Partner ihre Anwendungen auf.“

Partnerschaften als Bestandteil der Lösung

Dieses Ökosystem-Denken zeigt sich auch auf der Messe. Als zentraler Partner präsentiert sich Hexagon, ein Anbieter von Video-Management- und Analyseplattformen.

Retail Security neu gedacht

Axis Communications auf der EuroShop 2026

Auf der EuroShop 2026 in Düsseldorf zeigt Axis Communications, wie sich Videosicherheit im Einzelhandel zunehmend zu einer datengetriebenen Plattform entwickelt. Statt klassischer Überwachung steht heute der Mehrwert von Metadaten, Analysen und IT-Integration im Fokus. Für Thorsten Grimm, Key Account Manager End Customers DACH bei Axis Communications, ist dieser Perspektivwechsel ein zentraler Trend der Branche.



im Retail verändern sich. Während früher Sicherheitsabteilungen im Vordergrund standen, sind es heute häufig die IT-Teams der Handelsunternehmen.

„Wir sprechen hier zunehmend mit IT-Abteilungen der großen Retailer“, berichtet Grimm. „Die fragen nicht mehr nur nach Bildqualität, sondern nach Cybersecurity, Lifecycle-Management und Device-Administration.“

Bei großen Rollouts mit tausenden Kameras geht es vor allem um Fragen wie Firmware-Updates, Netzwerksicherheit und zentrale Verwaltung der Geräteflotten. Auch Cloud-Integration und moderne Video-Management-Systeme gewinnen an Bedeutung.

men. Gemeinsam realisieren beide Unternehmen große Retail-Projekte in Europa. „Unser Produkt ist immer Teil einer Lösung“, betont Grimm. „Partnerschaften sind seit jeher ein Kernelement unseres Geschäftsmodells.“

Für kleinere und mittelständische Händler bietet Axis dagegen auch kompaktere End-to-End-Lösungen mit eigener Video-Management-Software an.

Diese Systeme decken typische Anforderungen im Einzelhandel ab, ohne die Komplexität großer Enterprise-Plattformen.

IT-Abteilungen bestimmen die Anforderungen

Ein weiterer Trend zeigt sich in den Gesprächen auf der Messe: Die Ansprechpartner

KI im Handel – zwischen Möglichkeiten und Grenzen

Kaum ein Messestand auf der EuroShop kommt ohne das Schlagwort „KI“ aus. Axis verfolgt hier eine bewusst differenzierte Position. Grimm warnt davor, künstliche Intelligenz ausschließlich als Marketingargument zu nutzen.

„Viele Hersteller versprechen, auffälliges



Verhalten von Kunden automatisch zu erkennen. Unsere klare Antwort lautet: Nein“, sagt er. „Technisch wäre vieles möglich, aber rechtlich und ethisch ist das in Europa nicht zulässig.“

Die europäische Datenschutzgesetzgebung sowie der EU-AI-Act setzen klare Grenzen. Anwendungen wie Gesichtserkennung oder das automatische Tracking einzelner Personen durch den Laden sind im europäischen Einzelhandel praktisch nicht umsetzbar.

„Die Technik ist da“, erklärt Grimm. „Aber rechtlich dürfen wir sie in vielen Fällen nicht einsetzen. Deshalb müssen wir transparent erklären, was wirklich möglich ist.“

Prozessoptimierung statt reiner Überwachung

Trotz dieser Einschränkungen bleibt Video-

analyse ein wichtiger Bestandteil moderner Retail-Strategien. Viele Händler nutzen Kamerasysteme heute vor allem zur Prozessoptimierung.

„Die reine Videoaufzeichnung ist fast schon ein Nebenprodukt“, sagt Grimm. „Der eigentliche Mehrwert entsteht durch Analysen.“

Typische Anwendungen sind etwa:

- * Analyse von Kundenströmen
- * Erkennung gegenläufiger Bewegungen an Ein- und Ausgängen
- * Unterstützung bei Self-Checkout-Prozessen
- * Dokumentation logistischer Abläufe

Ein Beispiel ist die Erkennung sogenannter „Push-outs“, wenn Einkaufswagen über den falschen Ausgang aus dem Geschäft

bewegt werden. In solchen Fällen können Kameras automatisch reagieren – etwa durch einen Strobe-Speaker, der Kunden akustisch darauf hinweist, den richtigen Ausgang zu nutzen.

Technik als Unterstützung – nicht als Ersatz für Prozesse

Ein zentrales Thema bleibt die Rolle des Menschen in Sicherheitsprozessen. Sicherheitsdienstleister wünschen sich häufig, Personal durch Technik zu ersetzen. Doch auch hier sieht Grimm Grenzen. „Technik kann unterstützen, aber sie ersetzt keine klaren Prozesse“, betont er.

Ein wachsendes Feld sind beispielsweise Bodycams für Sicherheitsmitarbeiter oder Ladenpersonal. Sie dienen nicht nur der Dokumentation von Vorfällen, sondern können auch deeskalierend wirken.

Gleichzeitig stellt sich immer wieder die Frage, wer im Ernstfall handelt – etwa bei Diebstahl. Denn der Einsatz von Technik allein löst nicht alle Herausforderungen im Handel.

Retail bleibt Schlüsselmarkt

Für Axis Communications bleibt der Einzelhandel ein strategisch wichtiger Markt – insbesondere in der DACH-Region. Trotz hoher Preissensibilität investieren große Handelsketten weiterhin in moderne Sicherheits- und Analyseinfrastrukturen.

„Retail ist für uns eines der wichtigsten Segmente“, sagt Grimm. „Zwischen kritischer Infrastruktur, Städten und Transport gehört der Handel zu den zentralen Wachstumsmärkten.“

Die EuroShop 2026 zeigt damit deutlich: Videosicherheit im Handel entwickelt sich von der klassischen Überwachung hin zu einer datenbasierten Plattform, die Sicherheit, Betriebsprozesse und Business Intelligence miteinander verbindet. Axis positioniert sich dabei bewusst als technologische Grundlage eines wachsenden Partner-Ökosystems – mit Kameras als intelligenten Sensoren im Zentrum der digitalen Handelsinfrastruktur. [DCM]