

Pressemitteilung

Hochschule Fresenius

Melanie Hahn

12.08.2019

<http://idw-online.de/de/news720404>

Forschungsergebnisse
Medien- und Kommunikationswissenschaften, Psychologie
überregional

Studie zeigt: Alexa, Siri & Co haben in Deutschland immenses Wachstumspotenzial

In einer repräsentativen Studie haben Prof. Dr. Anna Schneider, Dozentin für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Fresenius, Fachbereich Wirtschaft & Medien in Köln, und Dr. René Arnold vom Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste GmbH (WIK) das Konsumentenverhalten in Bezug auf Sprachassistenten deutschlandweit untersucht. Dazu haben sie über 3.000 Konsumenten befragt.

Während für Größen aus dem Silicon Valley bereits länger klar ist, dass Sprachsteuerung das „nächste große Ding nach den Smartphones“ ist, sind deutsche Konsumenten eher zurückhaltend. Obwohl bereits 85 Prozent der Befragten Alexa, Siri, Cortana oder den Google Assistant um Hilfe bitten könnten, verzichtet der Großteil bereitwillig darauf. Nur 26 Prozent der Deutschen haben in den letzten vier Wochen einen Sprachassistenten genutzt. Welche Assistenten sind in Deutschland besonders erfolgreich? Zu welchen Zwecken werden Alexa und Co. eigentlich genutzt? Welches Image haben sie bei Nutzern und Nicht-Nutzern? Warum haben einstige Nutzer die Nutzung von Sprachassistenten eingestellt? Mit diesen und weiteren Fragen haben sich Prof. Dr. Anna Schneider und Dr. René Arnold beschäftigt.

Für die Studie haben sie insgesamt 3.184 Personen im November 2018 mittels Online-Befragung befragt. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung. Zusätzlich wurden 20 qualitative Interviews im Herbst 2018 geführt. Die Ergebnisse zeigen: Alexa ist der am intensivsten genutzte Sprachassistent und wird fast von der Hälfte der befragten Nutzer mindestens einmal am Tag verwendet. Siri und Google Assistant kommen im direkten Vergleich deutlich seltener zum Einsatz. Dabei werden die digitalen Assistenten bislang vorrangig für recht einfache Funktionen verwendet. Drei von vier Nutzern (72 %) suchen nach Informationen zum Wetter, Sport oder Berühmtheiten. Auch die Einrichtung von Erinnerungen oder Terminen wird gerne mithilfe der Assistenten erledigt. Alexa sticht bezüglich der genutzten Funktionen ein wenig heraus; sie wird überproportional häufig zum Abspielen von Musik eingesetzt. Gut jeder fünfte (21 %) Alexa-Nutzer hat sogar schon einmal mit ihrer Hilfe ein Produkt im Internet bestellt.

„Auch wenn ein Sprachassistent bereits vielen Nutzern theoretisch zur Verfügung steht, bedeutet dies längst nicht, dass er tatsächlich genutzt wird“, erklärt Schneider. Cortana könnte beispielsweise bereits von fast 60 Prozent der deutschen Konsumenten genutzt werden, tatsächlich nutzen ihn aktuell aber nur vier Prozent der Deutschen. Dies entspricht einer Take-Up-Rate von nur sieben Prozent“, so Schneider weiter. Alexa hingegen habe eine geringe theoretische Nutzerbasis, aber eine sehr hohe Take-Up-Rate, was insbesondere durch das speziell für den Zweck der Sprachsteuerung angeschaffte Gerät „Echo“ erklärbar sei.

Doch nicht alle Konsumenten, die einmal einen Sprachassistenten ausprobiert haben, bleiben der Technik treu: Etwa jeder fünfte Deutsche hat zumindest schon einmal einen der Assistenten ausprobiert, die Nutzung aber eingestellt. Gründe liegen vor allem in der schlechten Erkennung der Sprachbefehle (32 %) oder daran, dass das Sprechen mit einer Maschine schlicht als unangenehm empfunden wurde (23 %). „Die Hersteller dieser Systeme müssten es schaffen, die

Funktionalität zu steigern, die Interaktion menschlicher zu machen und vorhandene Sicherheitsbedenken zu entkräften. Dann könnten Sprachassistenten das Marktumfeld unvergleichlich schnell umkrempeln. Denn die ungenutzten Potenziale sind riesig“, so die Psychologin.

Über die Hochschule Fresenius

Die Hochschule Fresenius mit ihren Standorten in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Idstein, Köln, München und Wiesbaden sowie dem Studienzentrum in New York gehört mit über 13.000 Studierenden zu den größten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland. Sie blickt auf eine mehr als 170-jährige Tradition zurück. 1848 gründete Carl Remigius Fresenius in Wiesbaden das „Chemische Laboratorium Fresenius“, das sich von Beginn an sowohl der Laborpraxis als auch der Ausbildung widmete. Seit 1971 ist die Hochschule staatlich anerkannt. Sie verfügt über ein sehr breites, vielfältiges Fächerangebot und bietet in den Fachbereichen Chemie & Biologie, Design, Gesundheit & Soziales, onlineplus sowie Wirtschaft & Medien Bachelor- und Masterprogramme in Vollzeit sowie berufsbegleitende und ausbildungsbegleitende (duale) Studiengänge an. Die Hochschule Fresenius ist vom Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert. Bei der Erstakkreditierung 2010 wurden insbesondere ihr „breites und innovatives Angebot an Bachelor- und Master-Studiengängen“, „ihre Internationalität“ sowie ihr „überzeugend gestalteter Praxisbezug“ vom Wissenschaftsrat gewürdigt. Im April 2016 wurde sie vom Wissenschaftsrat für weitere fünf Jahre reakkreditiert.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website:
www.hs-fresenius.de

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Anna Schneider
Professorin für Wirtschaftspsychologie
T +49 221 973199-715
anna.schneider@hs-fresenius.de

URL zur Pressemitteilung: <http://www.hs-fresenius.de>

Anhang Intelligenz aus der Konserve - Sprachassistenten in Deutschland <http://idw-online.de/de/attachment72652>