



Beyto Smart Speaker

Studie 2020 | Deutschland

Ziel der Studie

Voice und digitale Sprachassistenten gelten als Geschäftsfeld mit großem Potenzial. Ein wesentlicher Wachstumstreiber sind Smart Speaker, deren Absatz seit Jahren auch in Deutschland kontinuierlich steigt. Die vorliegende Studie untersucht dieses Marktsegment genauer und beleuchtet die folgenden Themenbereiche:

- Wie verbreitet Smart Speaker in Deutschland sind
- Was die Deutschen über Smart Speaker denken
- Wie intensiv und wofür Smart Speaker in Deutschland genutzt werden

Studiendesign

- Im März 2020 nahmen 2.042 Personen an einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH teil. Die vorliegenden Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.
- Ebenfalls im März 2020 wurden zusätzlich detaillierte Smart Speaker-Nutzungsmuster mit einer Online-Umfrage von 1.196 technikaffinen volljährigen Deutschen untersucht (rekrutiert über Social Media Kanäle).
- Auch in der ersten Beyto Smart Speaker Studie 2019 wurden im Vorjahr bereits 1.507 Tech-Interessierte befragt, so dass für einige Themenbereiche aufschlussreiche Vergleiche möglich sind.

Auftraggeber der Studie

3

Konzipiert und beauftragt wurde die Studie von der **Digitalagentur Beyto**, die auf Voice und intelligente Assistenten spezialisiert ist. Beyto verfolgt das Ziel, den deutschsprachigen Voice-Markt in den nächsten Jahren entscheidend weiterzuentwickeln.

Dafür investiert die Agentur kontinuierlich in Marktforschungsprojekte, um der Branche tiefer gehende Informationen zu diesem schnell wachsenden Geschäftsfeld zur Verfügung zu stellen.



Inhaltsverzeichnis

Das Wichtigste auf einen Blick — ab Seite **05**
Zentrale Aussagen der Studie

Teilnehmer der Beyto Smart Speaker Studie 2020 — ab Seite **10**
Soziodemographische Merkmale der Befragten

Besitz von Smart Speakern — ab Seite **15**
Verbreitung der Geräte und dominierende Hersteller

Was Deutsche über Smart Speaker denken — ab Seite **25**
Bedeutung und Bewertung der Technologie

Nutzung von Smart Speakern — ab Seite **41**
Wie häufig, wofür und wo sie eingesetzt werden

Nutzung von Voice Apps — ab Seite **47**
Betrachtung von Alexa Skills & Co.

Exkurs: Shopping mit dem Smart Speaker? — ab Seite **56**
Blick auf sprachgesteuertes Einkaufen heute

Potenzielle Käufer von Smart Speakern — ab Seite **59**
Kaufinteresse und Hinderungsgründe

Ausblick — ab Seite **65**
Was wir aus den Studienergebnissen lernen können

Im vorliegenden Studienreport wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Das Wichtigste auf einen Blick

Zentrale Aussagen der Studie





- **Wer Smart Speaker besitzt, der nutzt sie auch.**
- **An Smart Speakern von Amazon kommt kaum einer vorbei.**
- **Deutsche sehen großes Potenzial, aber Risiken für Privatsphäre.**
- **Streamingdienste und Smart Home Apps werden stark genutzt.**
- **Kaum Shopping mit dem Smart Speaker.**
- **Nur wenige schließen Smart Speaker-Kauf aus.**
- **Deutsche Smart Speaker-Welt mit wenig Veränderung zum Vorjahr.**



Wer Smart Speaker besitzt, der nutzt sie auch

Jeder vierte Deutsche besitzt mindestens einen Smart Speaker – und unter den Jüngeren sind es deutlich mehr als unter den Älteren.

Wenn jemand sich für die Technologie entscheidet, dann richtig: Die Hälfte der deutschen Besitzer hat mehr als ein Gerät, in der technikaffinen Stichprobe sind das sogar drei Viertel.

Und wer einen oder mehrere Smart Speaker besitzt, der nutzt sie auch – die Hälfte der Besitzer in der deutschen Gesamtbevölkerung sogar täglich. Und unter den Tech-Interessierten sind es fast 90%, die ihre Geräte jeden Tag im Einsatz haben.

An Smart Speakern von Amazon kommt kaum einer vorbei

Amazon dominiert den Markt: Drei Viertel der deutschen Smart Speaker-Besitzer haben mindestens ein Gerät des Marktführers zuhause.

Deutsche sehen großes Potenzial, aber Risiken für Privatsphäre

40% der Deutschen glauben, dass Smart Speaker zukünftig eine wichtige Rolle spielen – und unter den Tech-Interessierten sind doppelt so viele überzeugt davon. Wobei ein Drittel der Deutschen die verfügbaren Informationen derzeit nicht für ausreichend hält. Smart Speaker haben ein starkes Imageproblem in puncto Privatsphäre, denn 60% der Deutschen halten sie für ein Risiko. Sorgen um die Privatsphäre sind auch der Hauptgrund, warum technikaffine Deutsche kein Gerät besitzen.

Streamingdienste und Smart Home Apps werden stark genutzt

Genutzt werden Smart Speaker vor allem für die Aktivierung von Streaming-Diensten, für die Steuerung von Smart Home und um Fragen zu stellen.

Voice-Applikationen wie Alexa Skills oder Google Actions werden von der Hälfte der Smart Speaker-Besitzer regelmäßig genutzt. Wobei die technikaffinen Besitzer diese Möglichkeit entweder täglich wahrnehmen – oder gar nicht.

Musik & Audio-Angebote, Informationen, Dienstprogramme wie ein Wecker oder aber Smart Home-Applikationen: Diese vier Bereiche stehen bei den regelmäßig genutzten Voice Apps ganz oben. Neue Apps müssen Nutzer aber aktiv in den Stores suchen, über Werbung oder Freunde hören nur wenige davon.

Kaum Shopping mit dem Smart Speaker

Die große Mehrheit der technikaffinen Deutschen geht derzeit nicht mit dem Smart Speaker auf Shopping-Tour. Und drei Viertel der Nicht-Einkäufer lehnen das sogar grundsätzlich ab.

Nur wenige schließen Smart Speaker-Kauf aus

Nur 15% der Tech-Interessierten, die keinen Smart Speaker besitzen, schließen einen Kauf kategorisch aus – alle anderen können sich das zumindest vorstellen. Wobei die potenziellen Käufer ziemlich genau die Nutzungsmuster im Kopf haben, die bei den aktuellen Besitzern festzustellen sind.

Deutsche Smart Speaker-Welt mit wenig Veränderung zum Vorjahr

9

Insgesamt wenig Bewegung im Vergleich zum Vorjahr: Auch 2019 dominierte Amazon bei den Herstellern und die gleichen Nutzungsbereiche und Voice Apps standen bei den Besitzern ganz oben. Die Sorge um die Privatsphäre ist nach wie vor ein Problem, Shopping mit dem Smart Speaker findet wenig statt und interessiert auch nicht – einzig der Anteil potenzieller Käufer ist markant gestiegen, denn wesentlich weniger Befragte schließen die Anschaffung eines Smart Speakers kategorisch aus.

Teilnehmer der Beyto Smart Speaker Studie 2020

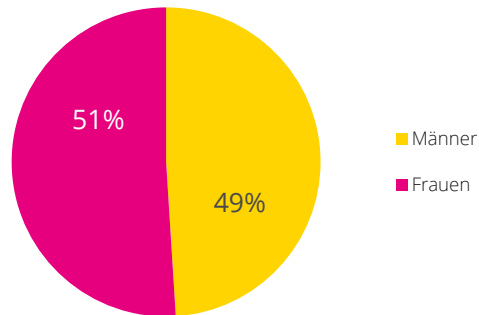
Soziodemographische Merkmale der Befragten

Geschlecht der Befragten

Während Männer und Frauen in der Stichprobe der Gesamtbevölkerung nahezu gleich verteilt sind, sind mehr als 80% der befragten Tech-Interessierten männlich.

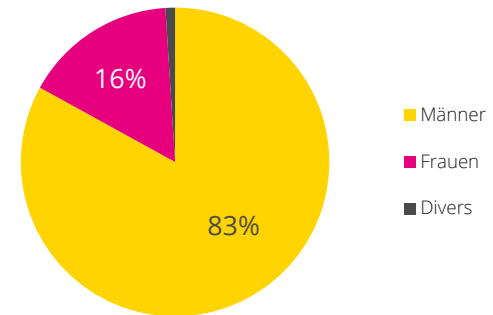
11

Deutsche Gesamtbevölkerung



N=2.042 | Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

Technikaffine Deutsche

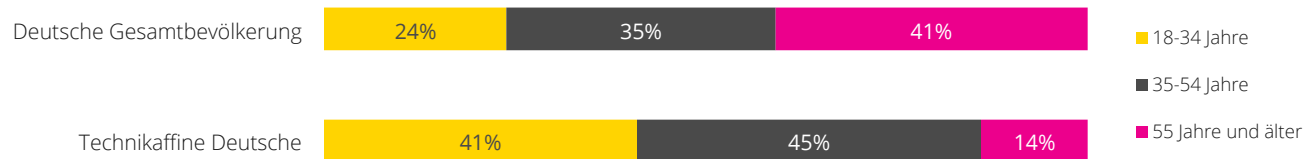


N=1.196 | Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Alter der Befragten

12

Entsprechend der Struktur der Gesamtbevölkerung befindet sich in der Stichprobe Deutschland ein bedeutender Anteil von über 55-jährigen. Bei den Tech-Interessierten wurden insgesamt deutlich mehr jüngere Deutsche befragt.

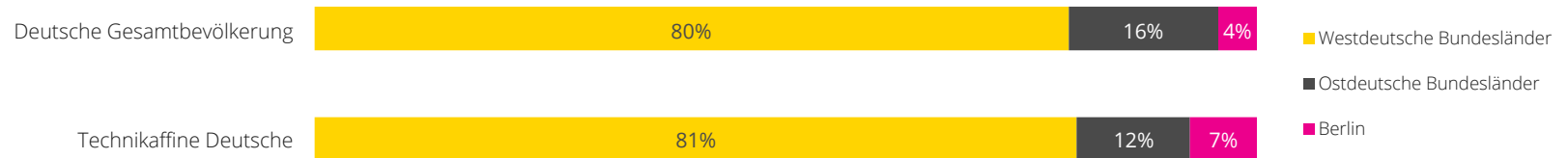


Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Regionale Verteilung der Befragten

13

Die Verteilung der Befragten über west- und ostdeutsche Bundesländer ähnelt sich in den Stichproben stark und weist auch zwischen den einzelnen Bundesländern keine nennenswerten Unterschiede auf. Auch bei den technikaffinen Befragten kann man also eine regionale Ergebnisverzerrung durch die Stichprobe ausschließen.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Die Stichproben auf einen Blick

- Entsprechend der Struktur der deutschen Gesamtbevölkerung ist die Stichprobe der YouGov-Umfrage weniger homogen als die der Beyto-Umfrage.
- Da die Beyto-Befragung gezielt die technikaffinen Nutzer als Zielgruppe hatte, erscheint die Stichprobe mit einem Schwerpunkt auf jüngeren männlichen Befragten plausibel.
- Bei Vergleichen zwischen der deutschen Gesamtbevölkerung und technikaffinen Deutschen ist bei der Ergebnisdarstellung die unterschiedliche Struktur der Stichproben berücksichtigt.

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Für die technikaffinen Deutschen wird im Folgenden bei verschiedenen Themen auf die Beyto Smart Speaker Studie 2019 Bezug genommen. Die Struktur der Stichprobe in der Vorjahresstudie (N= 1.507) ist in Bezug auf die wesentlichen soziodemographischen Merkmale der Befragten fast deckungsgleich mit der diesjährigen Beyto-Stichprobe. Detaillierte Informationen dazu im Studienreport 2019.

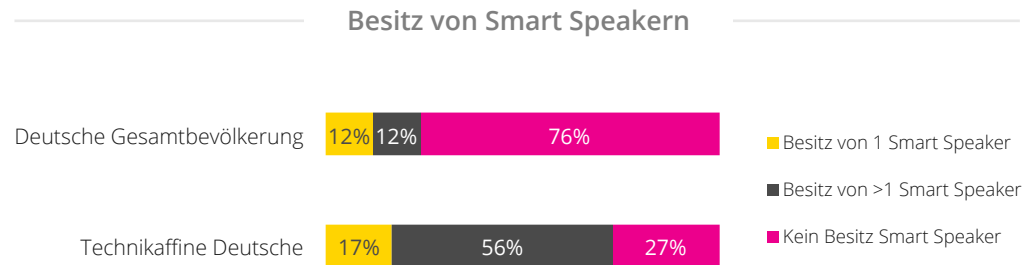
Besitz von Smart Speakern

Verbreitung der Geräte und dominierende Hersteller

Generelle Verbreitung von Smart Speakern

Knapp ein Viertel aller Deutschen besitzt schon heute mindestens einen Smart Speaker. Unter den technikaffinen Befragten sind es sogar 73%, die ein oder mehrere Geräte ihr Eigen nennen. Offenbar handelt es sich um ein technisches Produkt, das Konsumenten gerne mehrfach

anschaffen: Die Hälfte der Smart Speaker-Besitzer in Deutschland hat mehr als ein Gerät – und bei den Tech-Interessierten geben dies sogar mehr als drei Viertel der Befragten an.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020
Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Interessanter Trend: Der Anteil der technikaffinen Smart Speaker-Besitzer mit mehr als einem Gerät ist gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen auf jetzt 73%.

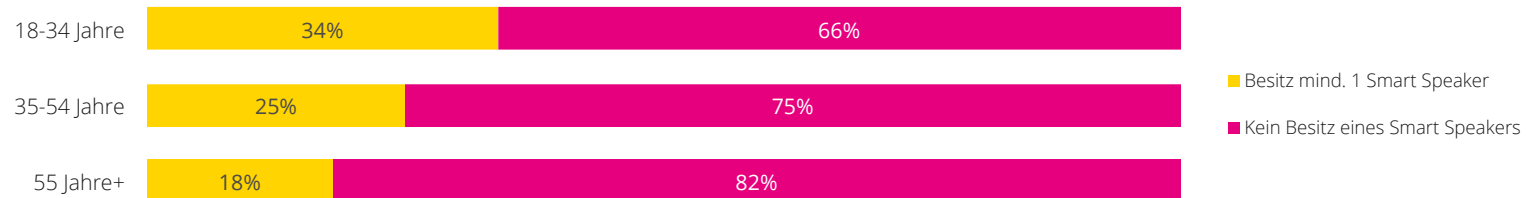
Jüngere Deutsche besitzen häufiger einen Smart Speaker

17

Der Besitz von Smart Speakern nimmt mit dem Alter ab: Mehr als ein Drittel der 18-34-jährigen Deutschen hat ein oder mehrere Geräte, bei den Älteren über 55 Jahre sind das nur noch 18%. Ob Frau oder Mann spielt übrigens in der Gesamtbevölkerung eine geringe Rolle: 20% der

deutschen Frauen und 28% der deutschen Männer über 18 Jahren besitzen einen oder mehrere Smart Speaker. Ein Vergleich der Gesamtbevölkerung mit den Tech-Interessierten ist auf Grund der homogenen Struktur dieser Stichprobe nicht sinnvoll.

Smart Speaker-Besitz nach Alter / Deutschland



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042); Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

Amazon dominiert den Markt

Für mehr als drei Viertel der Deutschen und auch für gleich viele Tech-Interessierte gilt: Wer einen oder mehrere Smart Speaker zuhause hat, besitzt mindestens ein Gerät von Amazon. Von diesem Spitzenwert sind alle anderen Anbieter weit entfernt.

Die Mehrheit der Deutschen hat weder ein Gerät von Google, Apple oder Drittanbieter zuhause – wobei die Entscheidung gegen Google- und Apple-Geräte bei den technikaffinen Deutschen sogar noch stärker ausgeprägt ist als in der Gesamtbevölkerung.

18

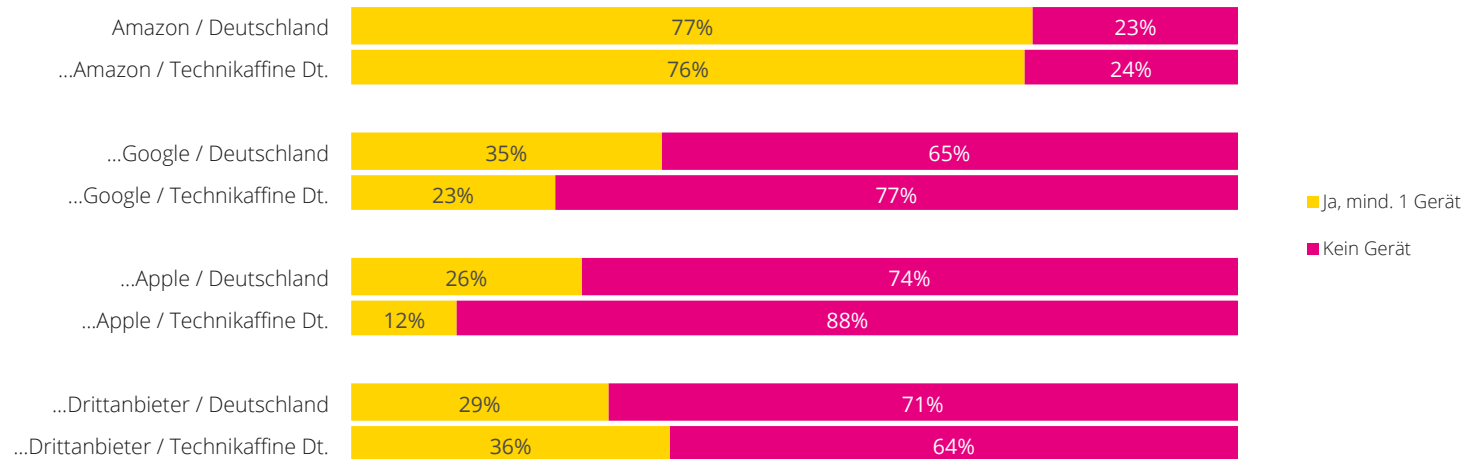
Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Auch im Vorjahr gaben drei Viertel der technikaffinen Befragten an, mindestens einen Smart Speaker von Amazon zu besitzen. Die Marktdominanz von Amazon ist also nicht kleiner geworden.

Amazon dominiert den Markt

19

Wer einen oder mehrere Smart Speaker besitzt, hat mindestens ein Gerät von...



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker in der deutschen Gesamtbevölkerung (N=494): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020
Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Amazon ist auch Favorit bei Besitzern von nur einem Smart Speaker

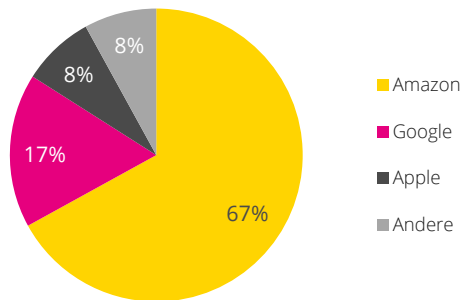
20

Zwei Drittel der Deutschen, die nur einen Smart Speaker besitzen, haben ein Gerät von Amazon. Auch knapp 60%

der technikaffinen Besitzer von nur einem Smart Speaker präferieren Produkte von Amazon.

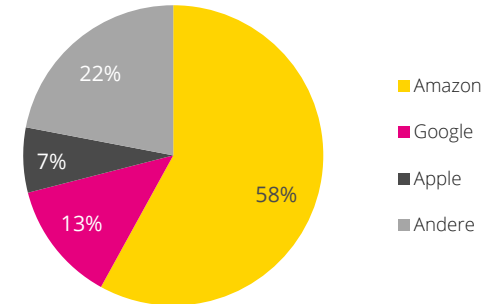
Smart Speaker nach Herstellern / Besitzer eines Geräts

Deutsche Gesamtbevölkerung



N=254 Besitzer von nur einem Smart Speaker
Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

Technikaffine Deutsche



N=200 Besitzer von nur einem Smart Speaker
Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

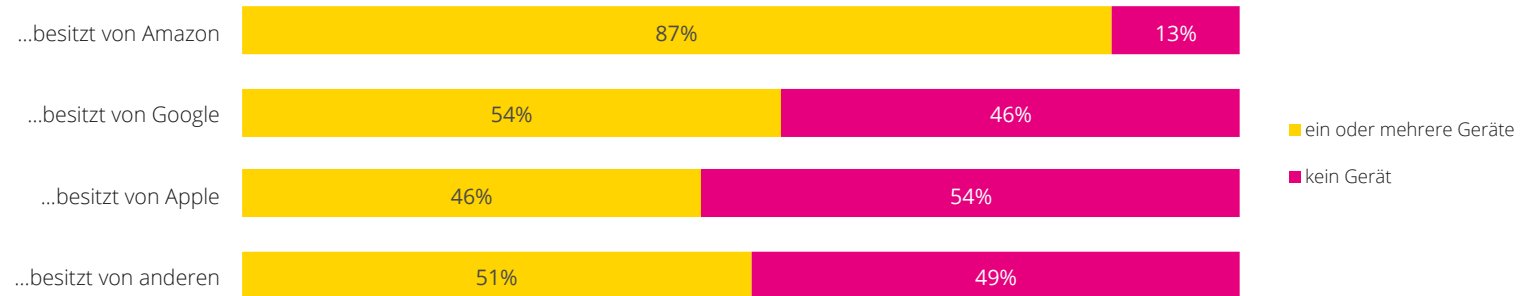
Deutsche Besitzer mehrerer Smart Speaker kommen an Amazon ebenfalls nicht vorbei

21

Wenn jemand in Deutschland mehrere Smart Speaker besitzt, dann ist zu fast 90% mindestens ein Gerät von Amazon dabei.

Jeweils etwa die Hälfte der Mehr-Geräte-Besitzer gibt an, mindestens einen Smart Speaker von Google, Apple oder einem anderen Anbieter zu besitzen.

Wer mehrere Smart Speaker besitzt... / Deutschland



Pro Hersteller abgefragt / jeweils N=240 Besitzer von mehr als einem Smart Speaker in der deutschen Gesamtbevölkerung | Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

Auf Amazon verzichten auch technikaffine Mehr-Geräte-Besitzer so gut wie nie

Wie in der Gesamtbevölkerung dominiert Amazon auch bei den technikaffinen Besitzern mehrerer Smart Speaker: Mehr als 80% besitzen mindestens ein Gerät des Marktführers, über die Hälfte der Befragten sogar mehr als zwei Geräte.

Interessant: Anders als in der Gesamtbevölkerung entscheiden sich deutlich weniger Befragte mit mehreren Smart Speakern für ein Modell von Google oder Apple – dafür geben 40% an, mindestens ein Gerät eines Drittanbieters zu besitzen.



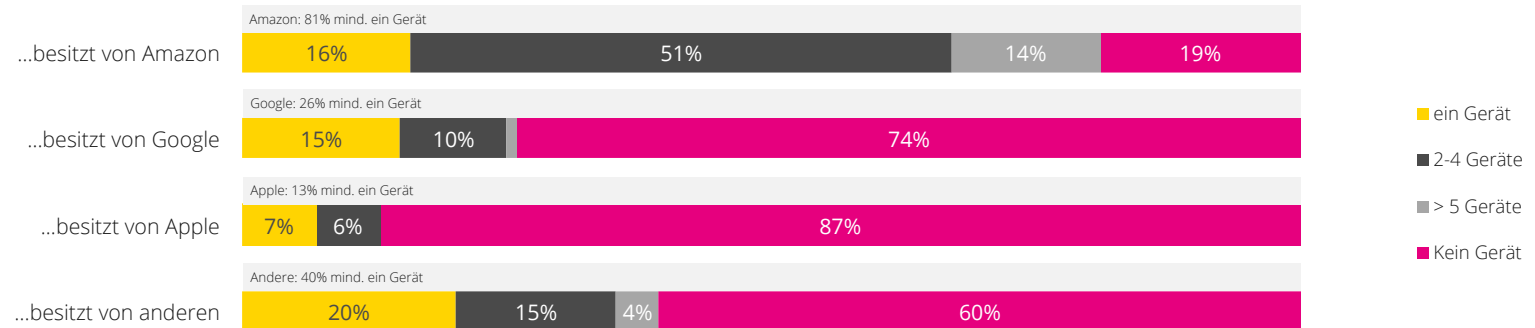
Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Bereits 2019 hatte Amazon bei den Tech-Interessierten die Nase weit vorn – und auch am Anteil des Marktführers hat sich kaum etwas verändert: Im Vorjahr besaßen 77% aller Besitzer mindestens ein Gerät von Amazon – 2020 sind es 76% (unabhängig von der Anzahl der vorhandenen Geräte pro Befragtem).

Auf Amazon verzichten auch technikaffine Mehr-Geräte-Besitzer so gut wie nie

23

Wer mehrere Smart Speaker besitzt... / Technikaffine Deutsche



Pro Hersteller abgefragt / jeweils N=670 Besitzer von mehr als einem Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen
Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Geräte mit Display bei technikaffinen Besitzern nicht weit verbreitet

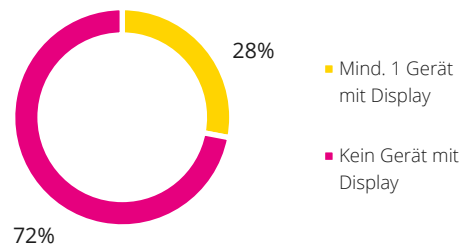
24

Smart Speaker mit Display verbinden die Vorteile sprachgesteuerter Anwendungen mit zusätzlichen visuellen Möglichkeiten – derzeit besitzen 28% der Tech-Interessierten mindestens ein solches Gerät.

Betrachtet man nur die Besitzer mehrerer Geräte, so ist dieser Anteil mit 33% noch etwas höher. Ein Hinweis darauf, dass Besitzer mehrerer Smart Speaker auf verschiedene Modellvarianten setzen.

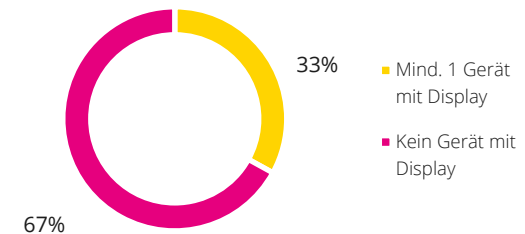
Besitz von Smart Speakern mit Display

Alle Besitzer von mind. einem Smart Speaker



N=870 alle Besitzer von Smart Speakern
Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Nur Besitzer von mehreren Smart Speakern



N=670 nur Besitzer von mehr als einem Smart Speaker
Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Was Deutsche über Smart Speaker denken

Bedeutung und Bewertung der Technologie



Deutschland hält die Technologie für bedeutend

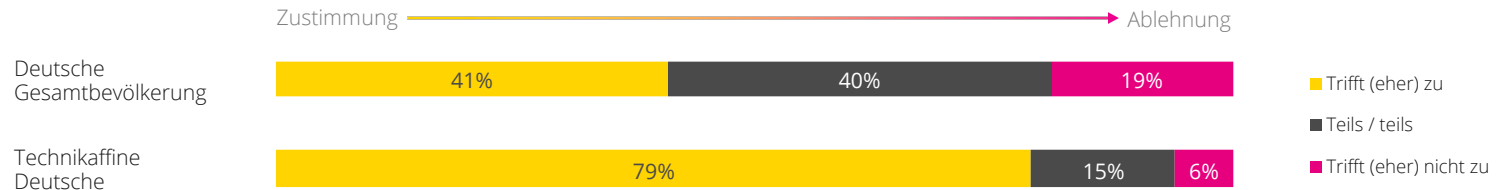
26

41% der deutschen Gesamtbevölkerung schreiben Smart Speakern und Sprachanwendungen zukünftig eine wichtige Rolle zu – nur ein knappes Fünftel glaubt nicht daran.

Unter technikaffinen Deutschen ist die Überzeugung noch stärker, dass die Technologie an Bedeutung zunehmen wird: Fast 80% der Befragten stimmen dem zu – und damit nahezu doppelt so viele wie in der Gesamtbevölkerung.



Smart Speaker und Sprachanwendungen werden in Zukunft eine wichtige Rolle im Alltag spielen.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Besitzer von Smart Speakern bewerten Technologie höher

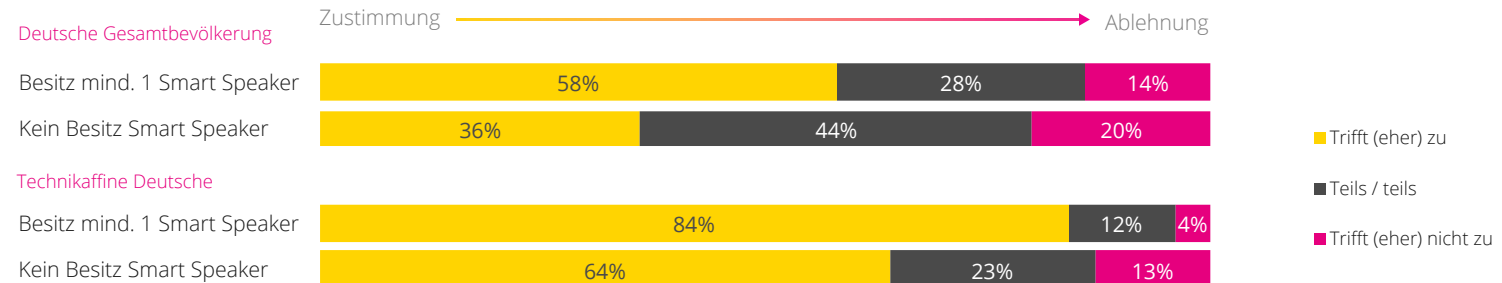
27

Sowohl in der deutschen Gesamtbevölkerung als auch unter den Tech-Interessierten bestimmt ein Merkmal die Bewertung der zukünftigen Rolle von Smart Speakern und Sprachanwendungen – nämlich ob jemand bereits einen oder mehrere Smart Speaker besitzt oder nicht.

Das wirkt auf den ersten Blick banal. Doch: Es ist zugleich die Feststellung, dass alle befragten Besitzer – ob technikaffin oder nicht – nach dem tatsächlichen Einsatz der Technologie davon überzeugt sind, dass deren Bedeutung zunehmen wird.

» Smart Speaker werden wichtige Rolle spielen «

Betrachtung nach Smart Speaker-Besitz



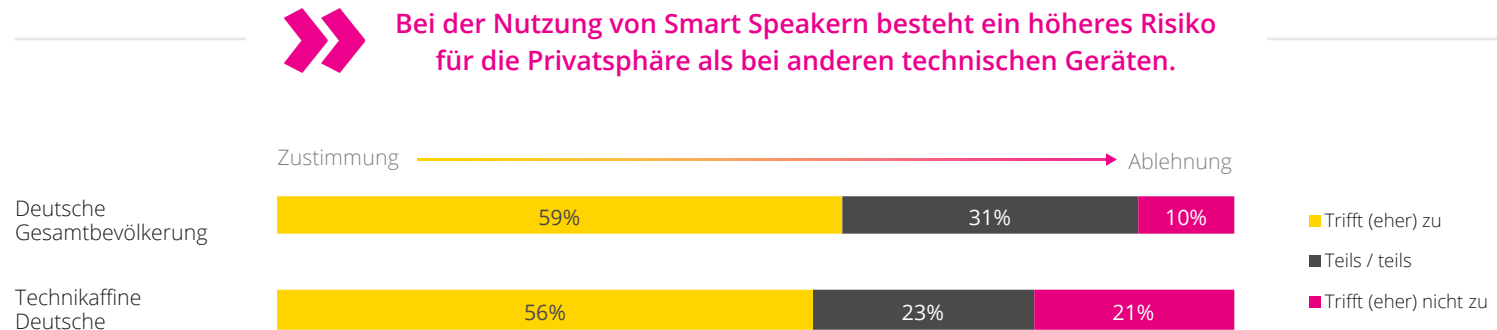
Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Smart Speaker haben grundsätzliches Image-Problem in puncto Privatsphäre

28

Knapp 60% der Deutschen halten das durch Smart Speaker bestehende Risiko für die Privatsphäre für größer als das Risiko bei anderen technischen Geräten. Die jüngeren Befragten von 18-34 Jahre schätzen dieses Risiko zwar etwas geringer ein (53%) – doch insgesamt widersprechen nur 10% aller Befragten dieser Aussage.

Zwar sind es unter den technikaffinen Deutschen mit 21% doppelt so viele, die der vorherrschenden Meinung widersprechen. Doch die hohe Risikobewertung liegt mit 56% auf demselben Niveau wie bei der deutschen Gesamtbevölkerung.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Selbst Besitzer von Smart Speakern sehen Risiko für Privatsphäre

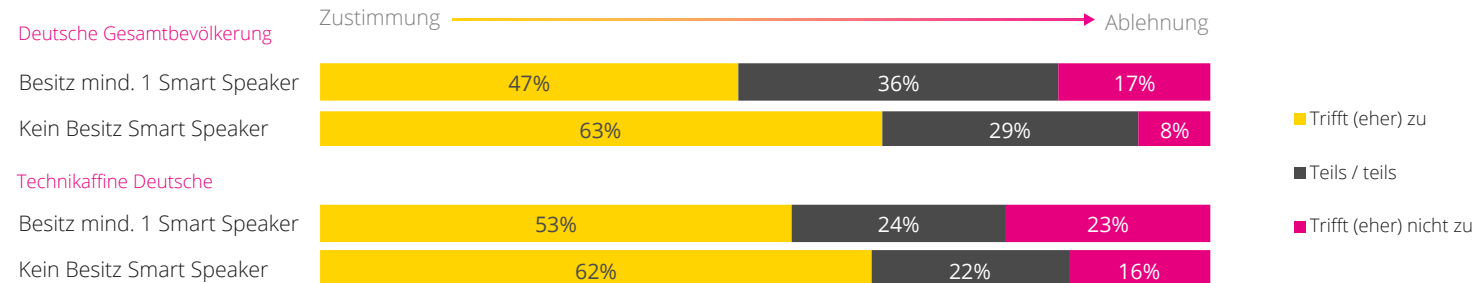
29

Die Sorge um die Privatsphäre macht vor keiner Altersgruppe halt – selbst unter den 18-34-jährigen Deutschen halten 53% die Geräte für riskant, in den beiden älteren Altersgruppen sind es jeweils um die 60%.

Noch bemerkenswerter: Auch unter den Besitzern haben Smart Speaker ein allgemein schlechtes Image im Vergleich zu anderen technischen Geräten. Und das gilt sowohl für die deutsche Gesamtbevölkerung als auch für die technikaffinen Deutschen.

» Smart Speaker sind riskant für Privatsphäre «

Betrachtung nach Smart Speaker-Besitz



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Verfügbare Informationen über Smart Speaker nicht ausreichend

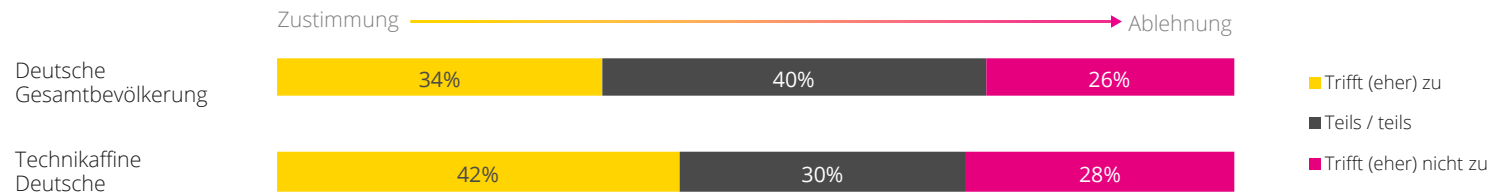
30

Ein gutes Drittel der Deutschen ist der Meinung, dass über Smart Speaker zu wenig informiert wird – und nur ein gutes Viertel der Befragten hält die zur Verfügung stehenden Informationen für ausreichend. Die technikaffinen Befragten bewerten den vorhandenen Informa-

mationsmangel mit 42% Zustimmung sogar noch höher. Man kann davon ausgehen, dass diese Gruppe sich regelmäßig über technische Produkte informiert – und dabei offenbar zu wenig über die Möglichkeiten von Smart Speakern erfährt.



Es gibt zu wenig Informationen darüber, was Smart Speaker können und wozu man sie nutzen kann.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Ältere Deutsche empfinden Informationsmangel noch stärker

Bei der Frage nach verfügbaren Informationen unterscheiden sich die Besitzer von Smart Speakern in ihrer Meinung zum ersten Mal nicht von den Befragten ohne Gerät – und zwar sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch unter den Tech-Interessierten. Es herrscht Einigkeit darüber, dass zu wenig über die Möglichkeiten von Smart Speakern bekannt ist. In der deutschen Gesamtbevölkerung gibt es dafür einen deutlichen Zusammenhang mit dem Alter: Die über 55-jährigen

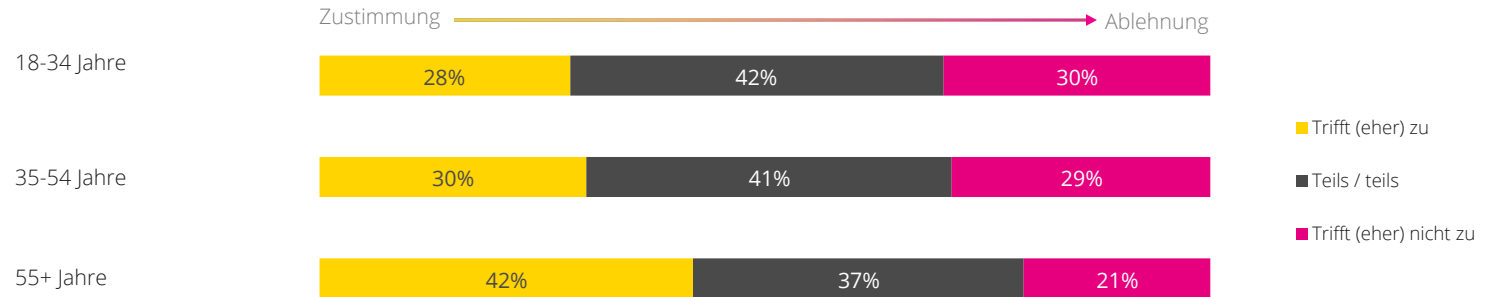
Deutschen fühlen sich über Smart Speaker noch schlechter informiert. Auch wenn eine detaillierte Betrachtung der älteren Tech-Interessierten auf Grund der geringen Fallzahl in dieser Stichprobe schwierig ist, so lässt sich der grundsätzliche Trend auch dort sehen: Die Älteren halten die verfügbaren Informationen über Smart Speaker für noch weniger ausreichend als die Jüngeren.

Ältere Deutsche empfinden Informationsmangel noch stärker

32

» Es gibt zu wenig Infos über Smart Speaker « / Deutschland

Betrachtung nach Altersgruppen



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

Deutsche halten Smart Speaker derzeit für technische Spielerei

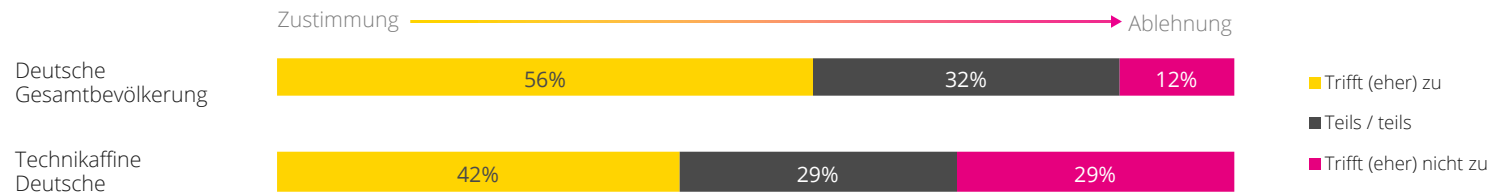
33

Auch wenn viele an die zukünftige Bedeutung von Smart Speakern glauben, aktuell hält die Mehrheit der Deutschen sie für eine technische Spielerei. Unter den Tech-Interessierten bewerten nur 42% der Befragten die Geräte als technische Spielerei – und knapp 30% wider-

sprechen dieser Aussage. Nicht verwunderlich, denn mit 80% sind unter den technikaffinen Deutschen auch doppelt so viele Befragte von der zukünftig großen Bedeutung der Technologie überzeugt wie in der Gesamtbevölkerung – wie bereits dargestellt.



Smart Speaker sind eine Spielerei für Leute, die Spaß an Technik haben.



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Smart Speaker Besitzer halten diese seltener für eine Spielerei

34

Die Besitzer von Smart Speakern in der deutschen Gesamtbevölkerung halten die Geräte deutlich seltener für eine technische Spielerei – allerdings sind es dennoch 44%, die der Aussage momentan zustimmen. Es gibt also offenbar einige, die den Nutzwert von Smart Speakern durch eigene Erfahrungen höher einschätzen, aber immer

noch viele, für die derzeit noch der spielerische Charakter der Geräte und ihrer Anwendungen überwiegt. Interessant ist, dass es bei den technikaffinen Befragten keinen Unterschied zwischen Besitzern und Nicht-Besitzern gibt – das Interesse an Technik allein scheint hier schon maßgebend für die Beurteilung zu sein.

» Smart Speaker sind eine technische Spielerei « / Deutschland

Betrachtung nach Smart Speaker Besitz



Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020

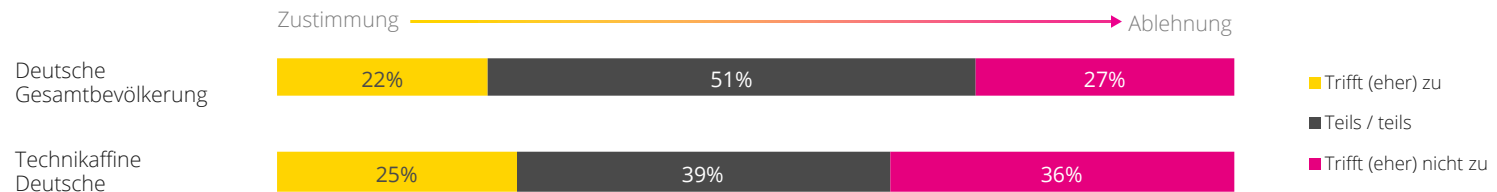
Nur wenige halten die Qualität von Sprachassistenten für schlecht

35

Zum ersten Mal sind sich die deutsche Gesamtbevölkerung und die Tech-Interessierten einig: Nur 22% bzw. 25% der Befragten beurteilen die Qualität von vorhandenen Sprachassistenten als schlecht. Etwa ein Drittel widerspricht dem sogar.



Die Qualität von Alexa, Google Assistant und anderen Sprachassistenten ist noch sehr schlecht.

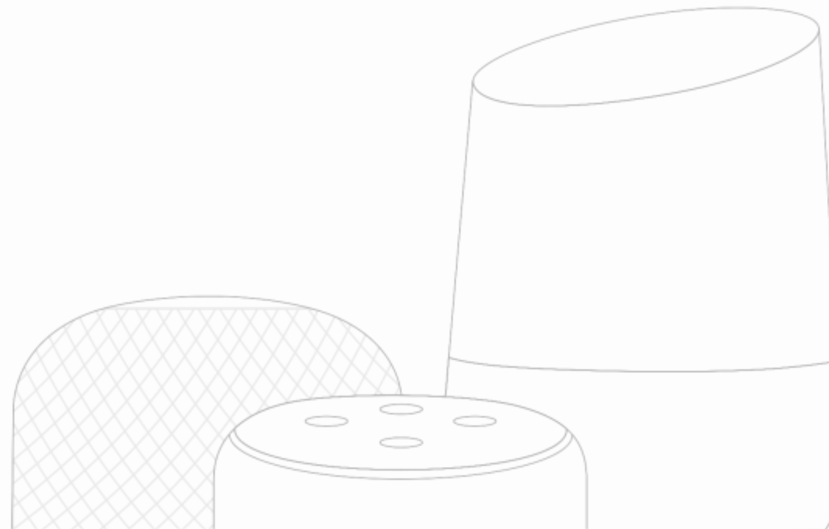


Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Smart Speaker-Besitzer widersprechen negativem Urteil über Sprachassistenten

Wer mindestens einen Smart Speaker besitzt, widerspricht der negativen Meinung über Alexa & Co deutlich häufiger als Befragte, die ein solches Gerät nicht ihr Eigen nennen. Und auch hier zeigt sich kein Unterschied zwischen der Gesamtbevölkerung und den technikaffinen Deutschen. Ein positives Signal für die vorhandenen Sprachassistenten.

Jedoch sind auch unter den Besitzern von Smart Speakern fast so viele wie unter den Nicht-Besitzern, die mit der Qualität der Sprachassistenten derzeit unzufrieden sind: ein Fünftel in der deutschen Gesamtbevölkerung und ein Viertel unter den Tech-Interessierten.

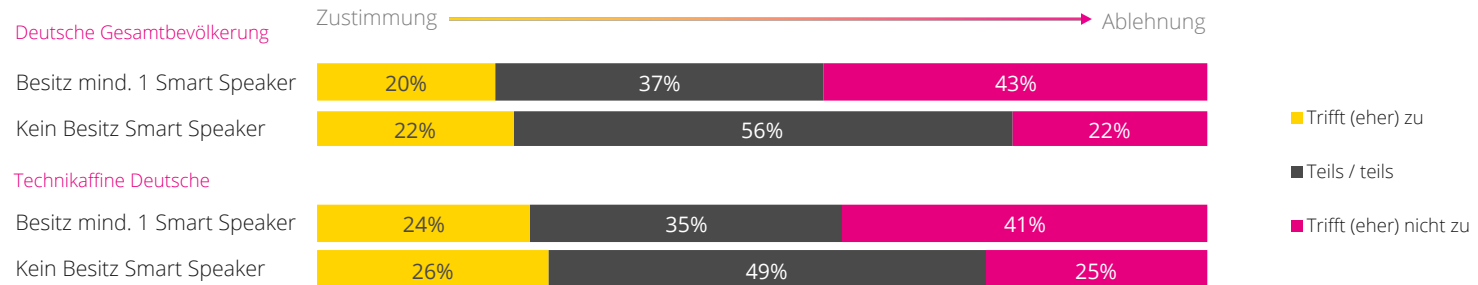


Smart Speaker-Besitzer widersprechen negativem Urteil über Sprachassistenten

37

» Qualität von Smart Speakern noch schlecht «

Betrachtung nach Smart Speaker Besitz



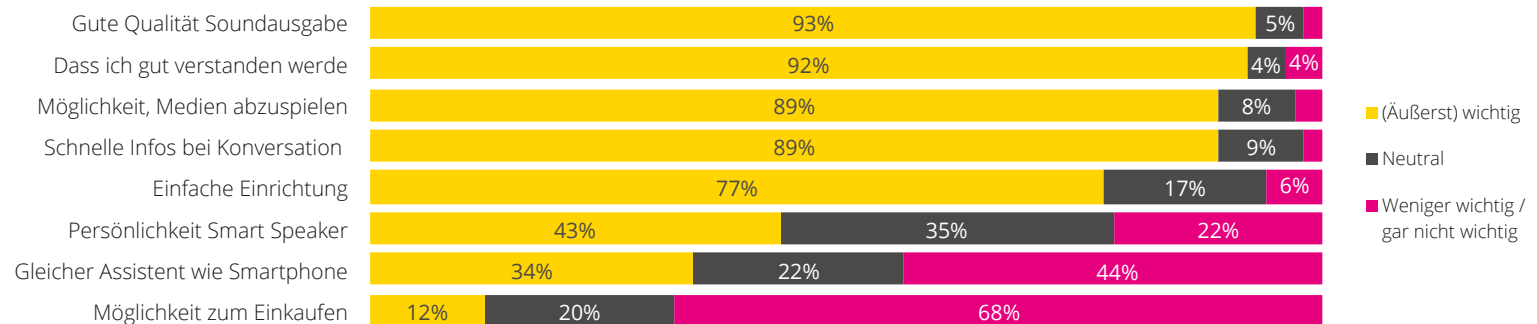
Deutsche Gesamtbevölkerung (N=2.042): Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020 | Technikaffine Deutsche (N=1.196): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Funktionierende Technik finden fast alle wichtig

Welche Eigenschaften bei einem Smart Speaker wichtig sind, darüber sind sich die Tech-Interessierten einig: Zualererst muss die Technik stimmen. Beinahe genauso viele Befragte geben an, dass ein Smart Speaker die eigenen Medien abspielen können muss. Und auch schnelle

Antworten werden als wichtig empfunden. Besonders markant: Nur 12% finden es wichtig, dass der Smart Speaker die Möglichkeit zum Shopping bietet – und fast 70% halten das sogar für irrelevant.

Wichtigkeit Smart Speaker-Eigenschaften / Technikaffine Deutsche



Technikaffine Deutsche (N=1.196); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Besitzer finden Einkaufsoption und identischen Assistenten noch unwichtiger

Zwischen den Besitzern und Nicht-Besitzern von Smart Speakern gibt es so gut wie keine Unterschiede bei der Bewertung wichtiger Geräte-Eigenschaften. Nur bei der Frage nach der Identität des Sprachassistenten – nämlich

ob es derselbe sein sollte wie auf dem Smartphone – und bei der grundsätzlichen Shopping-Möglichkeit sind die Besitzer von Smart Speakern noch überzeugter von der Unwichtigkeit dieser Eigenschaften.

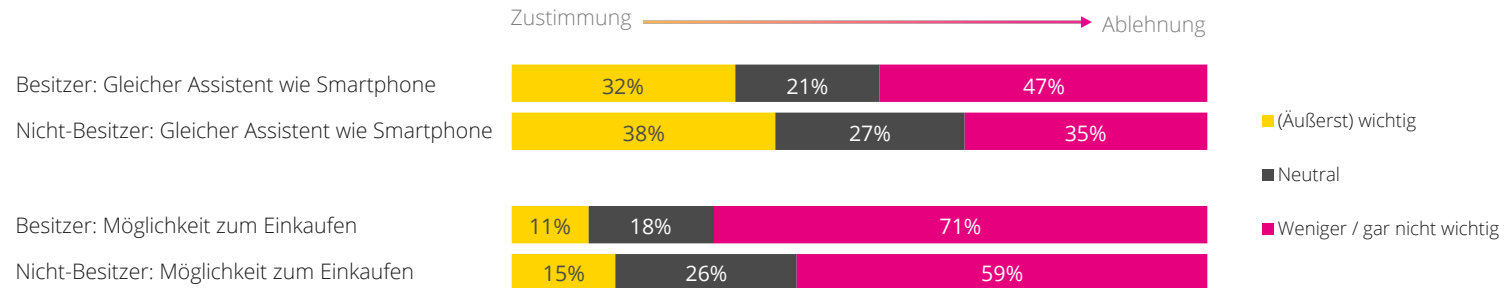
39

Besitzer finden Einkaufsoption und identischen Assistenten noch unwichtiger

40

Wichtigkeit Smart Speaker-Eigenschaften / Technikaffine Deutsche

Betrachtung nach Smart Speaker Besitz



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020
Nicht-Besitzer von Smart Speakern unter den technikaffinen Deutschen (N=326); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Nutzung von Smart Speakern

Wie häufig, wofür und wo sie eingesetzt werden

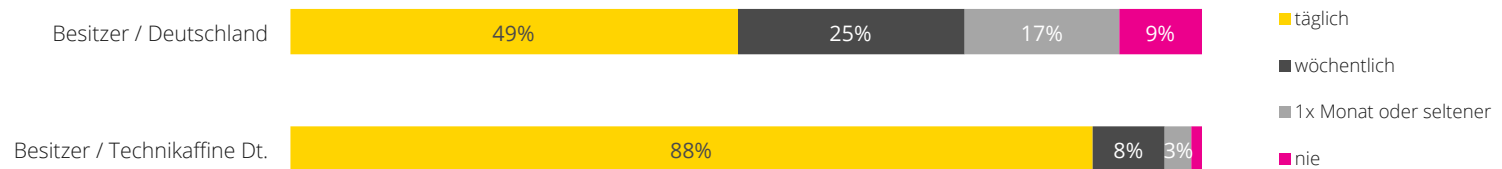
Hohe Nutzungsintensität von Smart Speakern

42

Wer einen oder mehrere Smart Speaker besitzt, der nutzt sie auch: Knapp die Hälfte der Besitzer in der deutschen Bevölkerung tut dies sogar täglich, ein weiteres Viertel der Befragten wöchentlich.

Noch intensiver ausgeprägt ist die Nutzung bei den Smart Speaker-Besitzern unter den technikaffinen Deutschen: Fast 90% haben ihre Geräte täglich im Einsatz.

Nutzungsintensität von Smart Speakern



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker in der deutschen Gesamtbevölkerung (N=494); Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020
 Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

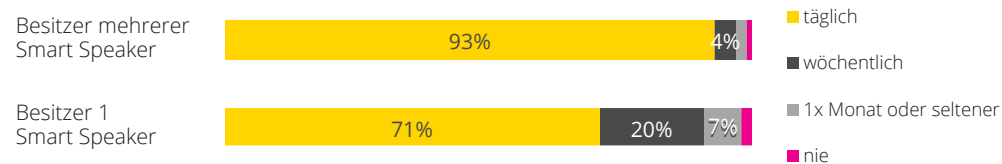
Besitzer mehrerer Geräte nutzen Smart Speaker noch intensiver

Die Intensität der Nutzung hängt offenbar mit der Anzahl der Smart Speaker ab, die jemand besitzt. Die Betrachtung der Tech-Interessierten zeigt: Wer mehrere Geräte besitzt, nutzt diese fast immer täglich – bei den technikaffinen Besitzern von nur einem Smart Speaker

sinkt der Anteil der täglichen Nutzer auf 71%. Auf Grund zu geringer Fallzahlen in der Gruppe der Smart Speaker-Besitzer lässt sich dieser Zusammenhang für die deutsche Gesamtbevölkerung nicht detailliert untersuchen.

Nutzungsintensität von Smart Speakern / Technikaffine Deutsche

Betrachtung nach Anzahl Smart Speaker



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

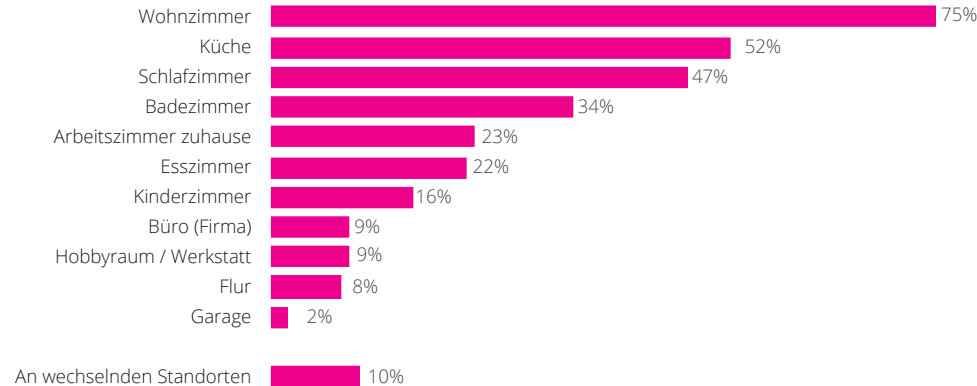
Schon 2019 nutzten die Smart Speaker-Besitzer ihre Geräte fast immer täglich – 82% der Befragten gaben dies an.

Die meisten Smart Speaker stehen im Wohnzimmer

Das Wohnzimmer ist der bevorzugte Ort für Smart Speaker – und über die Hälfte der technikaffinen Befragten stellt auch in der Küche ein Gerät auf. Fast genau

so viele haben einen Smart Speaker im Schlafzimmer und ein Drittel nutzt die sprachgesteuerten Anwendungen im Badezimmer.

Wo Smart Speaker am häufigsten stehen / Technikaffine Deutsche



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Das Wohnzimmer war auch im Vorjahr der klare Standort-Favorit, damals gefolgt vom Schlafzimmer mit 44%. Die Nutzung von Smart Speakern in der Küche (38% in 2019) und im Badezimmer (21% im Vorjahr) hat dagegen deutlich zugenommen.

Smart Speaker werden vor allem für Streaming und Smart Home genutzt

Mehr als zwei Drittel der technikaffinen Deutschen aktivieren mit einem Smart Speaker täglich Streaming Services. Fast genau so hoch ist der Anteil derer, die mit den Geräten ihre Smart Home Anwendungen steuern. Knapp 60% stellen einem Smart Speaker täglich Fragen –

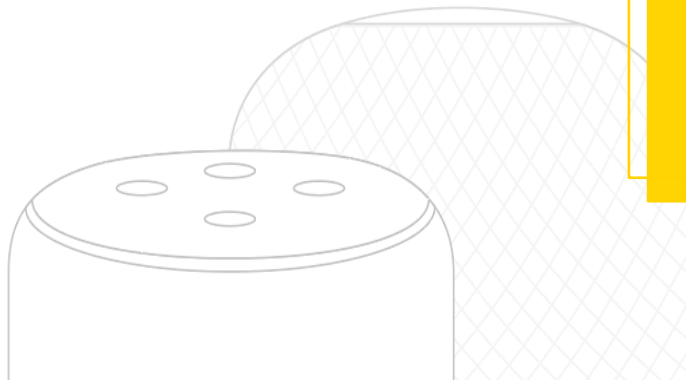
und 43% geben an, die Geräte bei der Organisation ihres Alltags zu Hilfe zu nehmen. Weitere Anwendungen werden sehr selten genutzt. Bemerkenswert ist, dass knapp 60% der Befragten angeben, ihre Smart Speaker nie zum Spielen zu nutzen.

45



Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

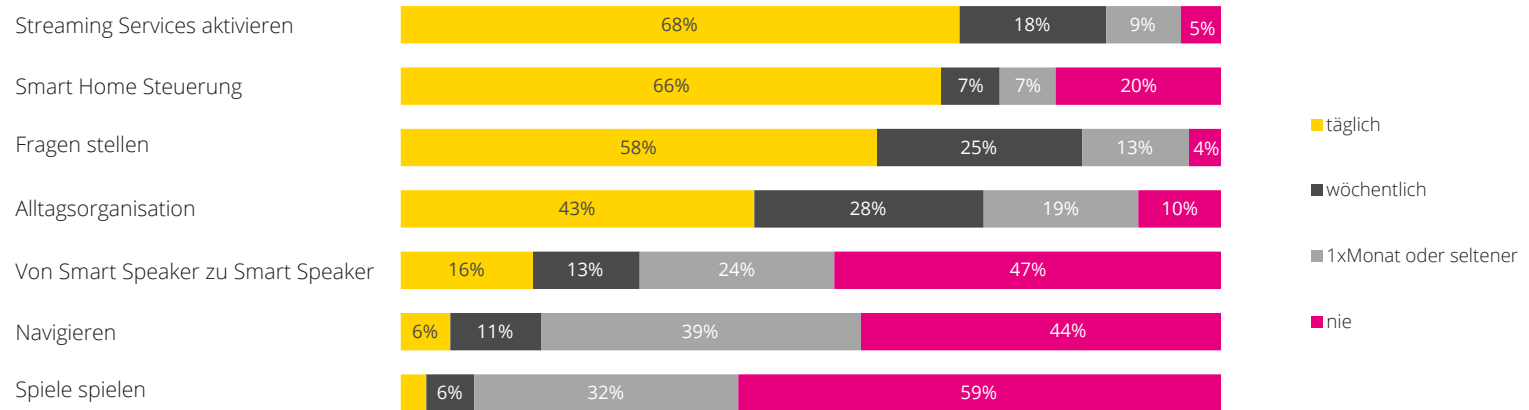
Die favorisierten Anwendungen 2020 sind dieselben wie im Vorjahr – das tägliche Aktivieren von Streaming Services hat im Vergleich zu 2019 sogar noch mal zugenommen (von 61% auf jetzt 68%). Auch das Spielen lag letztes Jahr mit nahezu identischen Werte auf dem letzten Platz bei den genutzten Anwendungen.



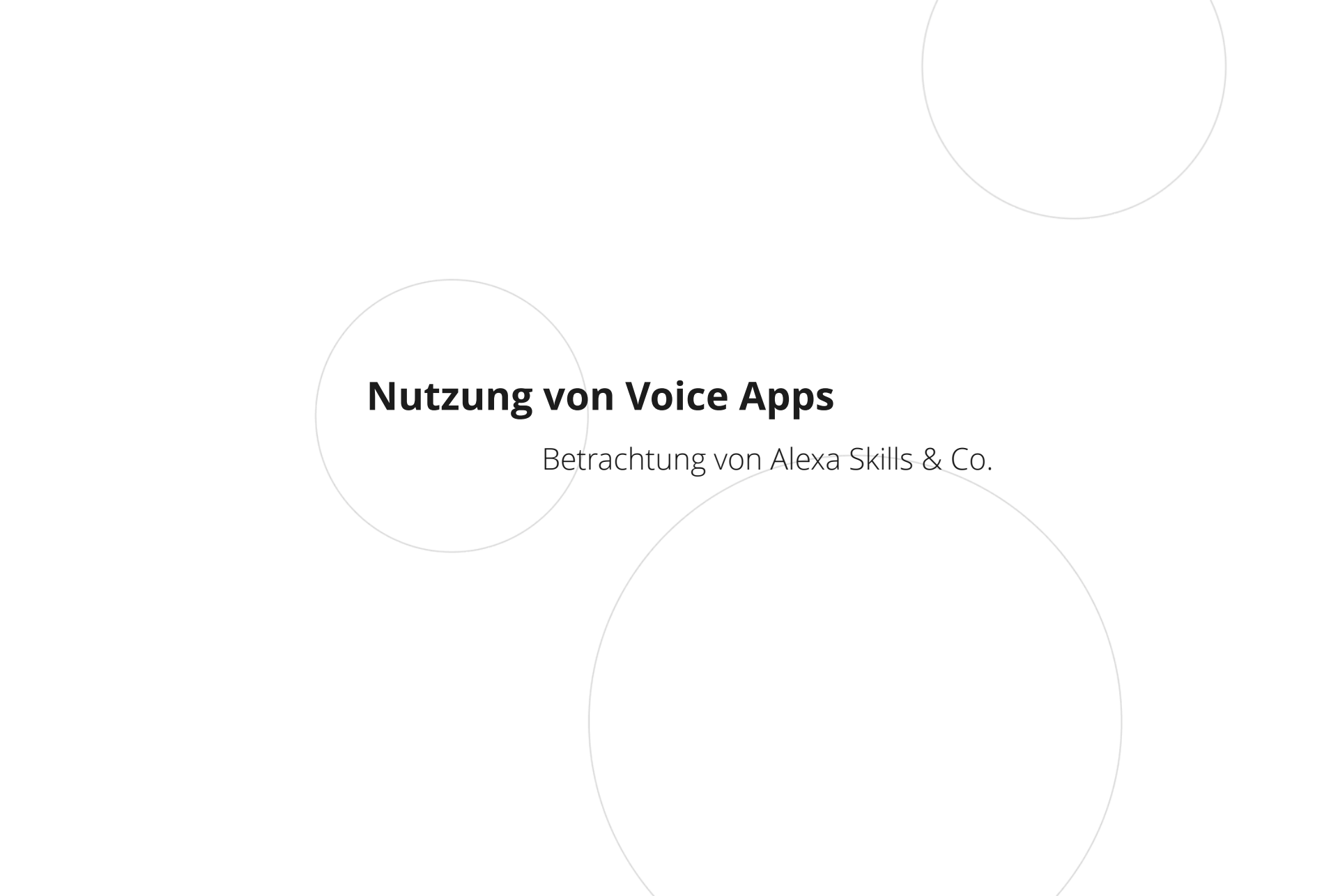
Smart Speaker werden vor allem für Streaming und Smart Home genutzt

46

Wozu und wie häufig Smart Speaker genutzt werden / Technikaffine Deutsche



Pro Anwendung abgefragt / jeweils N=870
Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen: Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020



Nutzung von Voice Apps

Betrachtung von Alexa Skills & Co.

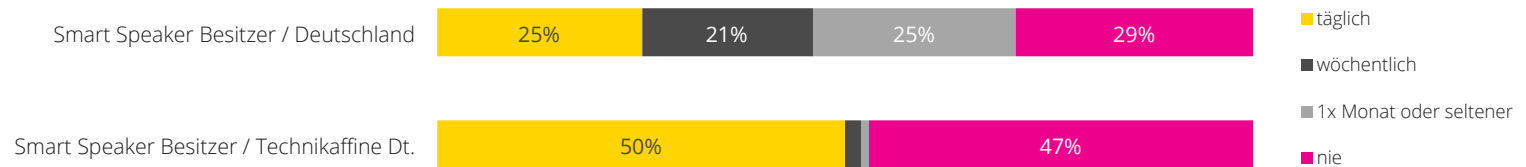
Hälfte der Smart Speaker-Besitzer nutzt regelmäßig Voice Apps

48

Ob Alexa Skills oder Google Actions – zwischen Smart Speaker-Besitzern in der deutschen Gesamtbevölkerung und unter den Tech-Interessierten gibt es eine große Gemeinsamkeit: Etwa die Hälfte von ihnen nutzt täglich oder wöchentlich mindestens eine Voice App.

Aber während ein weiteres Viertel der Smart Speaker-Besitzer in der Gesamtbevölkerung zumindest ab und zu mit solchen Applikationen experimentiert, entscheiden sich die technikaffinen Deutschen entweder für die tägliche Nutzung – oder komplett dagegen.

Nutzungsintensität von Voice Apps



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker in der deutschen Gesamtbevölkerung (N=494); Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020
Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

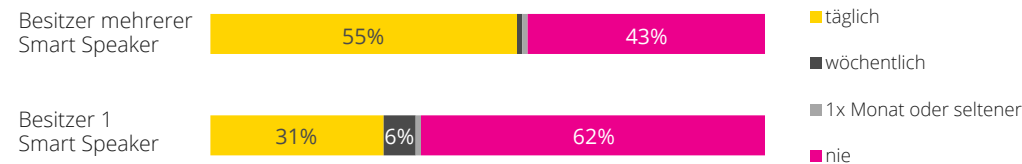
Mehrheit der Besitzer von nur einem Smart Speaker nutzt nie Voice Apps

Wirft man einen Blick auf die Anzahl der vorhandenen Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen, zeigt sich die Tendenz, dass Besitzer von nur einem Gerät sich noch öfter gegen die Nutzung von Voice Apps entscheiden.

Ein markanter Befund bleibt allerdings gleich: Für die Tech-Interessierten gibt es bei diesem Thema nur Schwarz oder Weiß. Wer Voice Apps nutzt, tut dies fast immer täglich – oder entscheidet sich offenbar grundsätzlich dagegen.

Nutzungsintensität von Voice Apps / Technikaffine Deutsche

Betrachtung nach Anzahl Smart Speaker



Besitzer mehrerer Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=670): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020
 Besitzer von nur einem Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=200): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Insgesamt hat die Nutzung von Voice Apps leicht zugenommen, vor allem in der Intensität. Und auch im Vorjahr zeichnete sich bereits die Tendenz ab, dass Besitzer von mehr als einem Gerät häufiger Voice Apps nutzen.

Nutzer suchen selbst nach Voice Apps

Wer Informationen über neue Voice-Applikationen will, begibt sich meist im Alexa Skill Store oder Google Action Store aktiv auf die Suche danach – ein Drittel der Voice App-Nutzer tut dies meistens und nur 13% gehen diesen Weg nie.

Nur ein Viertel der Nutzer gibt an, über neue Voice Apps durch Werbung zu erfahren – sei es in den Medien, über Social Media Kanäle oder Newsletter. Eine Empfehlung durch Freunde oder Bekannte erhält fast die Hälfte der Voice App-Nutzer nie.

50



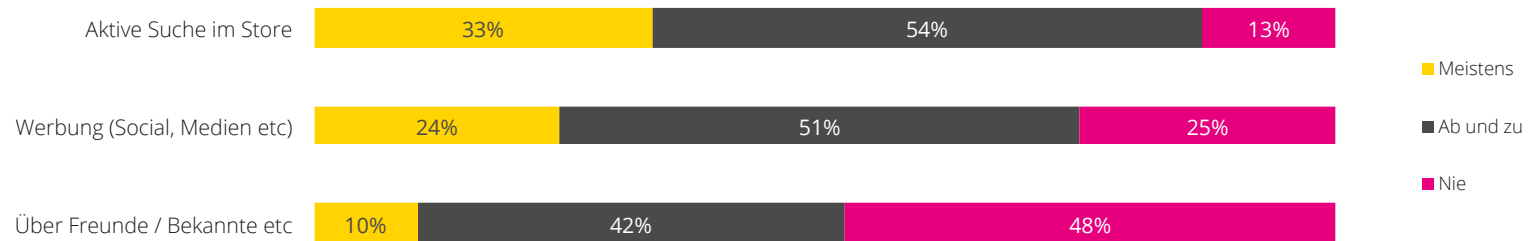
Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Auch im Vorjahr wurden die Stores von Amazon und Google am häufigsten als Informationsquelle genannt – es hat sich also nichts daran geändert, dass die aktive Suche der wichtigste Weg ist, um etwas über neue Voice Apps zu erfahren.

Nutzer suchen selbst nach Voice Apps

51

Information über neue Voice Apps / Voice App-Nutzer (technikaffine Deutsche)



Abgefragt pro Informationskanal / Nutzer von Voice Apps unter den technikaffinen Deutschen (N=461); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Voice Apps aus den Bereichen Musik & Audio und Information dominieren

Es sind Voice Apps aus vier Bereichen, die mit großer Mehrheit sogar täglich genutzt werden: Musik- und Audio-Angebote, Informations-Apps, Dienstprogramme wie Wecker oder Timer und Smart Home Anwendungen.

Bei Apps aus anderen Bereichen ist die tägliche Nutzung wesentlich seltener – und Voice Apps für Gesundheit und Fitness, Angebote für Kinder oder Shopping Apps werden von weniger als einem Fünftel der Voice App-Nutzer täglich aktiviert.



52

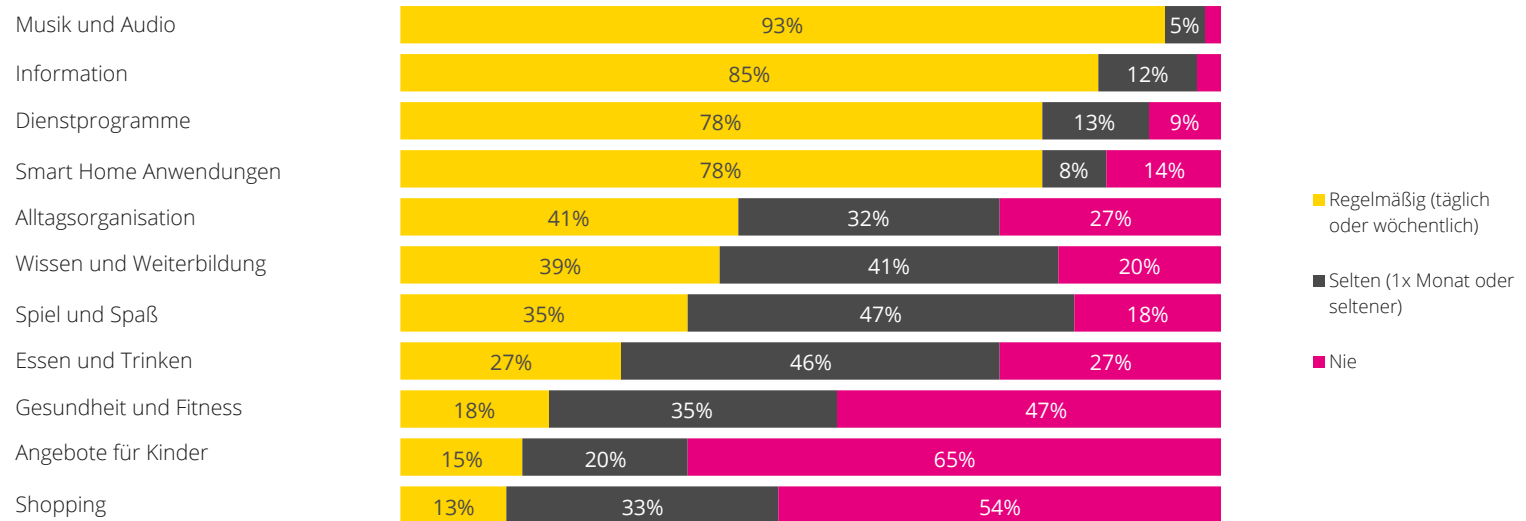
Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Wenig Bewegung im Markt für Alexa Skills & Co: Die Themenbereiche der meist genutzten Voice Apps sind im Vergleich zum Vorjahr dieselben geblieben.

Voice Apps aus den Bereichen Musik & Audio und Information dominieren

53

Nutzung von Voice Apps nach Themenbereich / Voice App-Nutzer (technikaffine Deutsche)



Abgefragt pro Bereich / Nutzer von Voice Apps unter den technikaffinen Deutschen (N=461): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Mehrheit der Nutzer ist mit Voice Apps zufrieden

Wer Voice Apps nutzt, tut das mit mindestens einer Applikation auch fast immer täglich – und ist überwiegend zufrieden mit der Qualität.

54

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Keine Veränderung beim Zufriedenheitswert im Vergleich zum Vorjahr.

Zufriedenheit mit Voice Apps / Voice App-Nutzer (technikaffine Deutsche)



Nutzer von Voice Apps unter den technikaffinen Deutschen (N=461): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

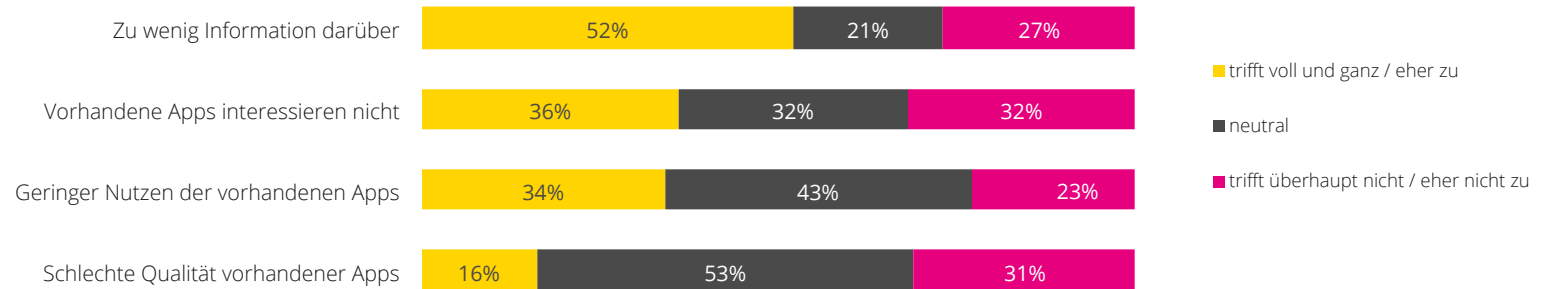
Fehlende Information ist Hauptgrund, keine Voice Apps zu nutzen

55

Und warum entscheidet sich die Hälfte der technikaffinen deutschen Besitzer von Smart Speakern, Voice Apps nie zu nutzen – wenn die Nutzer doch recht zufrieden sind?

An der Qualität liegt es nicht, sondern der Mangel an Information wird am häufigsten genannt. Ein gutes Drittel interessiert sich nicht für die vorhandenen Applikationen oder schreibt ihnen einen geringen Nutzen zu.

Gründe gegen die Nutzung von Voice Apps / Nicht-Nutzer von Voice Apps (technikaffine Deutsche)



Abgefragt pro Grund / Nicht-Nutzer von Voice Apps unter den technikaffinen Deutschen (N=409): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Exkurs: Shopping mit dem Smart Speaker

Blick auf sprachgesteuertes Einkaufen heute

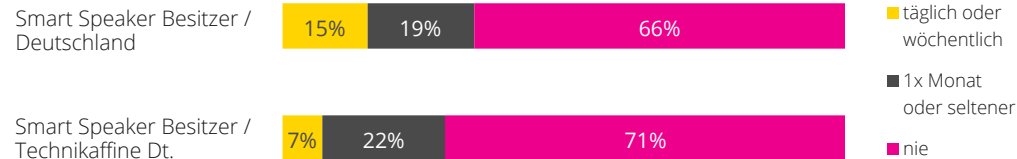


Mehrheit der Smart Speaker-Besitzer geht nicht per Voice einkaufen

Sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch unter den Tech-Interessierten gilt: Shopping mit dem Smart Speaker ist aktuell kein Thema. Zwei Drittel der deutschen Smart Speaker-Besitzer und noch mehr der technikaffinen Besitzer erledigen nie Einkäufe nur mit Stimme.

Ein stimmiges Gesamtbild in Sachen Shopping, denn bei der Betrachtung aller technikaffinen Deutschen halten nur 12% die Einkaufsoption für eine wichtige Eigenschaft bei einem Smart Speaker. Und auch bei der Nutzung von Voice-Applikationen liegen Shopping-Anwendungen abgeschlagen auf dem letzten Platz – wie bereits dargestellt.

Einkaufen über Smart Speaker



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker in der deutschen Gesamtbevölkerung (N=494); Online-Umfrage YouGov Deutschland GmbH, März 2020
Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

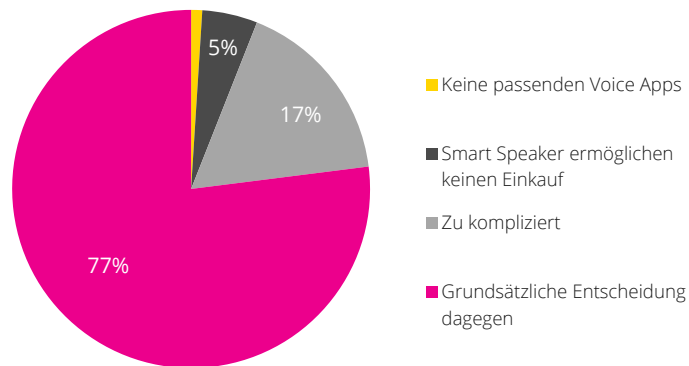
Keine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr – auch 2019 gab eine deutliche Mehrheit der Smart Speaker-Besitzer an, dass sie mit ihren Geräten nie auf Shopping-tour geht.

Die Entscheidung gegen Smart Speaker-Shopping ist eine grundsätzliche

Dass die technikaffinen Deutschen mit ihrem Smart Speaker nicht einkaufen gehen, ist eine bewusste Entscheidung: Gefragt nach dem Hauptgrund geben mehr als

drei Viertel an, dass sie das grundsätzlich nicht wollen. Weitere 17% finden es vor allem zu kompliziert.

Hauptgrund gegen Einkaufen via Smart Speaker / Technikaffine Smart Speaker-Besitzer, die nicht einkaufen



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen, die nie mit dem Gerät einkaufen (N=603):
Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Im Kern ist das Ergebnis 2020 dasselbe wie im Vorjahr: Auch 2019 hat die überwiegende Mehrheit der befragten Tech-Interessierten gesagt, dass Shopping mit dem Smart Speaker für sie generell nicht in Frage kommt.

Potenzielle Käufer von Smart Speakern

Kaufinteresse und Hinderungsgründe

Sorge um Privatsphäre verhindert Kauf von Smart Speakern

60

Mehr als die Hälfte der Tech-Interessierten, die keinen Smart Speaker besitzen, begründet dies mit der Sorge um die Privatsphäre. Ebenfalls viele meinen, dass ihr Smartphone alle benötigten Anwendungen bietet – und knapp

40% finden Smart Speaker zu teuer. Ein Drittel der Befragten gibt aber auch an, einfach noch nicht zum Kauf gekommen zu sein.



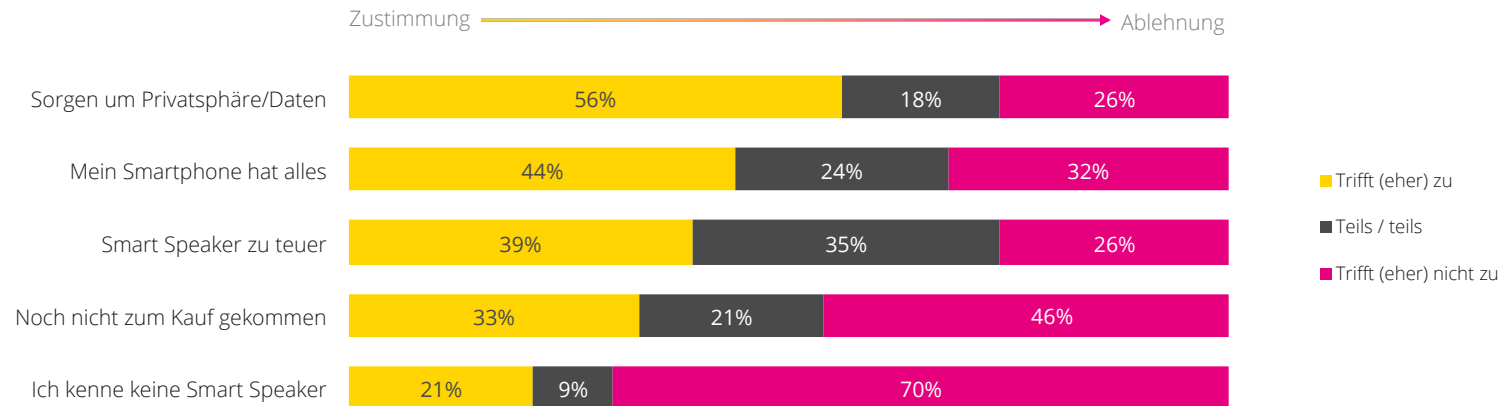
Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Die Sorge um die Privatsphäre war auch 2019 der dominante Grund für die Nicht-Anschaffung von Smart Speakern. Interessant: Während letztes Jahr noch fast 60% der Meinung waren, ihr Smartphone hat alle benötigten Informationen, ist dieser Wert 2020 deutlich gesunken.

Sorge um Privatsphäre verhindert Kauf von Smart Speakern

61

Gründe für Nicht-Besitz von Smart Speakern / Technikaffine Deutsche



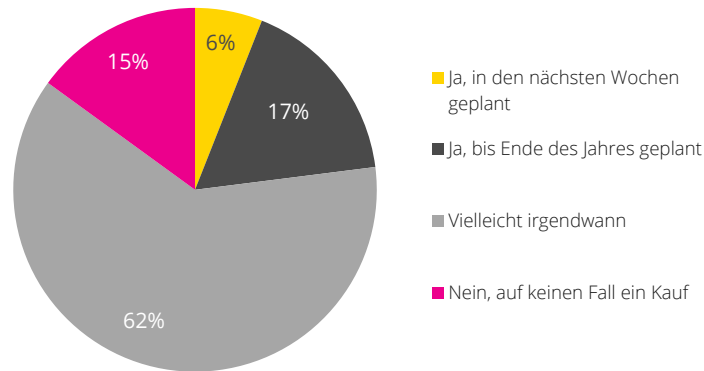
Nicht-Besitzer von Smart Speakern unter den technikaffinen Deutschen (N=326); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Smart Speaker-Kauf für die meisten Tech-Interessierten vorstellbar

Knapp ein Viertel der technikaffinen Deutschen, die keinen Smart Speaker besitzen, plant bereits konkret einen Kauf in den nächsten Wochen oder bis Ende des

Jahres – und über 60% können es sich grundsätzlich vorstellen. Nur 15% der befragten Tech-Interessierten schließen einen Kauf kategorisch aus.

Geplanter Kauf eines Smart Speakers / Technikaffine Deutsche ohne Smart Speaker



Nicht-Besitzer von Smart Speakern unter den technikaffinen Deutschen (N=326): Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Vergleich mit der Beyto Smart Speaker Studie 2019

Der Widerstand gegen Smart Speaker schwindet: 2019 hat noch knapp die Hälfte der Nicht-Besitzer einen möglichen Kauf für sich ausgeschlossen (48%) – in diesem Jahr sind es mit 15% der Befragten deutlich weniger.

Vorstellung und tatsächliche Smart Speaker-Nutzung ähneln sich stark

Wofür potenzielle Käufer ihren Smart Speaker regelmäßig nutzen würden, ist in den meisten Fällen identisch mit der tatsächlichen Nutzung von Tech-Interessierten, die bereits mindestens eines der Geräte besitzen. Etwas mehr potenzielle Käufer können sich vorstellen, von Smart Speaker zu Smart Speaker zu kommunizieren, mit dem Gerät zu navigieren oder zu spielen – allerdings handelt es sich jeweils um kleine Fallzahlen, so dass eine Inter-

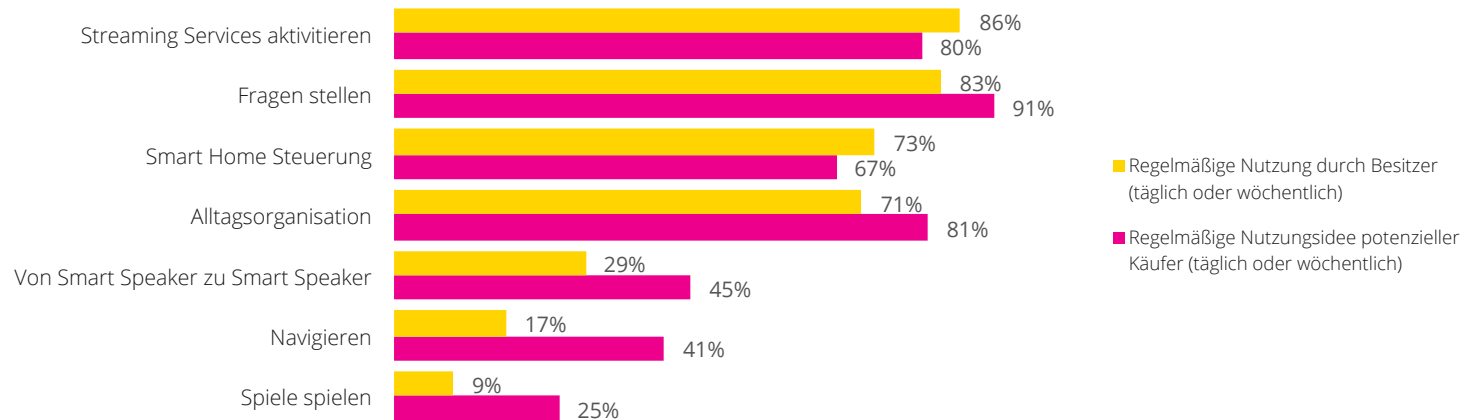
pretation dieser Ergebnisse schwierig ist. Betrachtet man, welche Eigenschaften sich potenzielle Käufer von einem Smart Speaker wünschen und Voice Apps aus welchen Themenbereichen sie wichtig fänden, so verstärkt sich die insgesamt sehr einheitliche Wahrnehmung von Smart Speakern und ihren Anwendungsmöglichkeiten unter allen technikaffinen Deutschen.

Vorstellung und tatsächliche Smart Speaker-Nutzung ähneln sich stark

64

Nutzung Smart Speaker versus Vorstellung / Technikaffine Deutsche

Betrachtung nach Smart Speaker-Besitzern und potenziellen Käufern



Besitzer von mind. 1 Smart Speaker unter den technikaffinen Deutschen (N=870); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020
Nicht-Besitzer von Smart Speakern unter den technikaffinen Deutschen / Kauf geplant oder vorstellbar (N=275); Online-Umfrage Beyto GmbH, März 2020

Ausblick

Was wir aus den Studienergebnissen lernen können

Der Markt für Smart Speaker hat enormes Potenzial – aber Hersteller und Anbieter von Voice Apps müssen aktiver werden

66

Smart Speaker sind in Deutschland angekommen. Das ist die gute Nachricht. Rund ein Viertel der Deutschen besitzt sie schon – und dann auch gerne mehrere Geräte. Und wer Smart Speaker zu Hause stehen hat, der nutzt sie auch intensiv: nämlich meistens täglich.

Die Technologie hat noch dazu Potenzial: 40% der Deutschen glauben, dass Smart Speaker und digitale Sprachassistenten zukünftig eine bedeutende Rolle spielen werden. Und nur wenige schließen einen zukünftigen Kauf kategorisch aus.

Aber: Smart Speaker haben ein echtes Imageproblem, denn die Mehrheit der Deutschen sieht ein größeres Risiko für die Privatsphäre als bei anderen technischen Geräten. Doch die Befragten liefern die Antwort gleich mit, wie man dem begegnen könnte – nämlich mit Informationen. Davon gibt es nicht ausreichend viele, wie die Befragten dieser Studie anmerken.



Claudius Konopka (links)
und Maik Metzen,
Geschäftsführer Beyto GmbH

Das zeigt sich auch bei der Nutzung. Die beschränkt sich – wie auch schon in der Vorjahresstudie zu Smart Speakern – auf wenige Bereiche: Streaming-Dienste, Informationen, Dienstprogramme wie Wecker oder Timer oder aber das Stellen von Fragen. Voice Apps werden zwar genutzt, aber müssen von den Smart Speaker-Besitzern aktiv gesucht werden. Werbung dafür nehmen nur wenige wahr. Hier besteht offensichtlich Nachholbedarf für das Marketing.

Und es gibt eine Branche, die der Voice-Welt schon gezeigt hat wie es geht: die Smart Home-Anbieter. Sie stellen für viele Anwendungen automatisch auch eine Voice-Applikation bereit und lenken so den Fokus auf die Vorteile von Sprachsteuerung und auf Smart Speaker. Und tatsächlich: Als einziger Themenbereich, der nicht von den Konsumenten als auditives Segment gelernt ist

wie Musik hören oder Informationen abrufen, schafft Smart Home es im regelmäßigen Nutzungsmuster schon jetzt bis ganz nach vorne.

Aufklären und informieren – und vor allem: den Nutzern innovative Lösungen anbieten, deren Mehrwert schnell erkennbar ist. Nur so lässt sich der deutsche Markt für Voice und intelligente Sprachassistenten weiter entwickeln. Nur so erkennen Verbraucher, dass man mit Smart Speakern auf neue Weise spielen und auch Kindern interaktive Angebote machen kann, die nichts mit passiver Berieselung zu tun haben. Und nur so verstehen die Leute auch, dass Einkaufen mit dem Smart Speaker eine echte Erleichterung ist. Denn bislang ist Shopping via Voice noch überhaupt kein Thema – und daran sollte der unangefochtene Marktführer Amazon doch mit Sicherheit ein großes Interesse haben.



Beyto GmbH | Malmöer Straße 13a | D-10439 Berlin

hello@beyto.com www.beyto.com

