

Digitale Sprachassistenten und Voice Commerce

7

Wie funktioniert Shopping über digitale Sprachassistenten?

Sprachgesteuertes Shopping per Zuruf bietet in Deutschland unter den intelligenten Lautsprechern derzeit nur Alexa in Verbindung mit dem Amazon Marktplatz an. Nach der Äußerung eines Kaufwunschs wird das Produkt hier anhand der Bestellhistorie des Kunden sowie Amazons Empfehlung von Prime-Produkten („Amazon Choice“) ausgewählt und nach nochmaliger mündlicher Bestätigung durch den Kunden direkt an die hinterlegte Adresse versandt. In den USA bieten bereits mehr als 40 Händler, z. B. Walmart, Target und Walgreens, in Kooperation mit Google Express sprachgesteuertes Shopping über den Google Assistant an. Es ist nur eine Frage der Zeit bis dies auch in Deutschland der Fall sein wird.



Sprachassistenten als Gatekeeper?

Nach der Nennung eines Kaufwunsches (z. B. „Shampoo“), trifft der Sprachassistent die Entscheidung, welches Produkt dem Käufer angeboten wird und von welchem Händler oder Hersteller es bestellt wird. Dabei kommt dem Produktvorschlag des Sprachassistenten ein hoher Stellenwert zu: Weder sieht der Kunde Bilder des Produkts vorab, noch erhält er vor Auslösung der Bestellung Zusatzinformationen oder Alternativempfehlun-

gen. Somit wird der Assistent zum Gatekeeper, der einen maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg von Produkten haben kann. Dies ist besonders kritisch, wenn vertikal integrierte Händler gleichzeitig eigene Produkte anbieten und damit Anreize haben, Konkurrenzprodukte zu benachteiligen.

Herausforderungen von Sprachassistenten

NEUTRALITÄT

Schon jetzt werden die ersten Werbekooperationen mit vereinzelten Herstellern geschlossen, die ihren Produkten einen Platz auf der Pole Position garantieren möchten. Langfristig schließt eine dominante werbefinanzierte Produktauswahl insbesondere kleine und mittelständische Anbieter aus und verringert den Wettbewerb auf Basis von Preis und Produktqualität.

DATENSCHUTZ

Über Sprachassistenten gesammelte Daten werden vielfach in den USA gespeichert und weiterverarbeitet. Somit haben US-Behörden und Gerichte Zugang auf teils sehr sensible Informationen. Dies umschließt neben Sprachaufzeichnungen auch Standortdaten oder Such- und Shopping-Informationen. Die Sprachaufzeichnungen können meist in der App des Assistenten gelöscht werden. Derzeit können Sprachassistenten noch nicht zwischen Sprechern unterscheiden, sodass auch Daten von Besuchern und Kindern erhoben werden können.

VERBRAUCHERINFORMATIONEN

Online-Shops müssen Besuchern vor dem Kauf eine Vielzahl von Informationen zur Verfügung stellen. Dies umfasst Produktinformationen über wesentlichen Eigenschaften, Gesamtpreis und Lieferkonditionen aber auch Aufklärung über AGB und Widerrufsrecht. Beim Kauf über Sprachassistenten wird der Großteil der Pflichtinformationen jedoch erst in einer nachgelagerten E-Mail zur Verfügung gestellt.

MARKTKONZENTRATION

Immer mehr Kunden verwenden digitale Sprachassistenten, während die Zahl der Anbieter intelligenter Lautsprecher überschaubar bleibt. Der Markt wird von Amazon Echo und Google Home dominiert. Im dritten Quartal 2017 kamen die beiden auf einen weltweiten Marktanteil von 92,2% unter der Führung von Amazon mit 66,9% der verkauften intelligenten Lautsprecher. Eine spannende Entwicklung ist das Entstehen von Lautsprechern, die mehrere Assistenten miteinander vereinen.

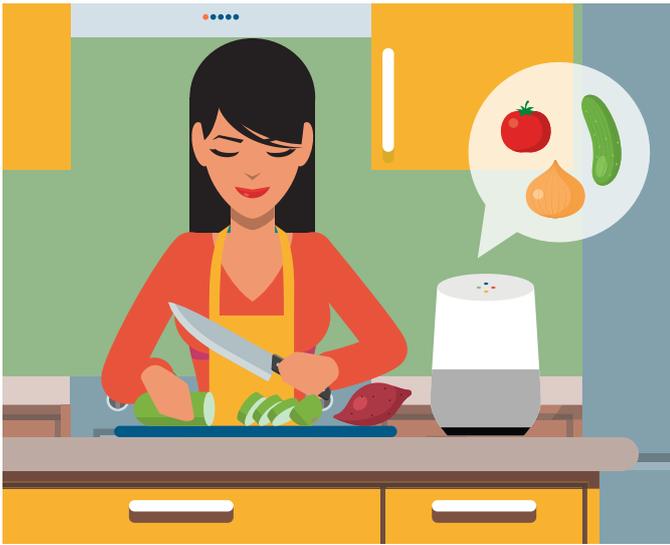
¹ PWC (2017), Digitale Assistenten Bevölkerungsbefragung

² Capgemini (2017), Conversational Commerce – Why consumers are embracing voice assistants in their lives

³ OC&C (2018), The Talking Shop – The rise of voice commerce



Beispiele für innovative Sprachanwendungen im Handel



REWE: CARO, DIE REZEPT- UND KOCHHILFE

Mit Caro, der persönlichen Assistentin von REWE, gehört für alle Nutzer des Google Assistant die Schokoladensauce im Kochbuch oder scrollen mit mehligem Fingern zum nächsten Zubereitungsschritt der Vergangenheit an. Sie inspiriert Hobbyköche mit einem Repertoire von 3.000 REWE-Rezepten, liest Zutatenlisten vor, kann den Timer für den Backofen stellen und leitet ihre Nutzer Schritt für Schritt zum Geschmackserlebnis – ohne dabei im Weg zu stehen.

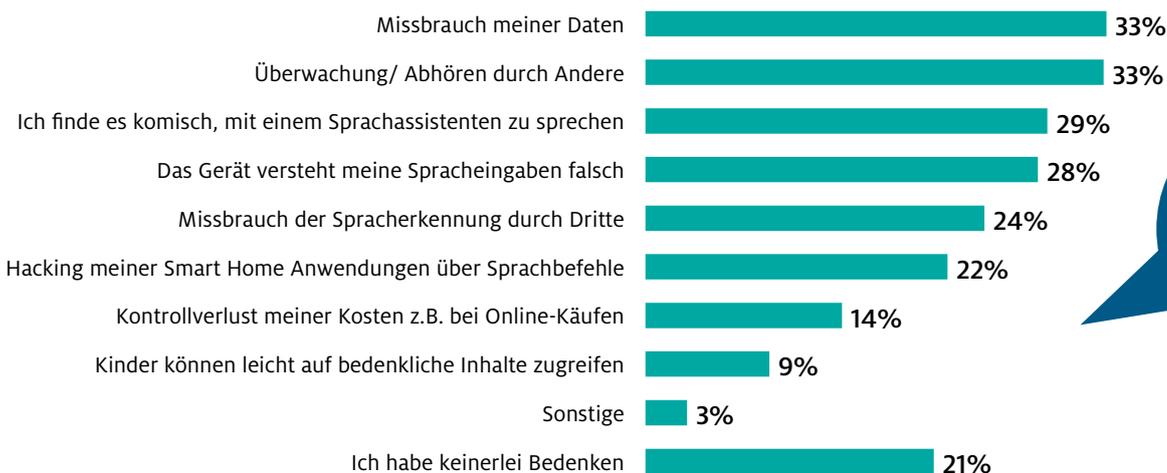


DOUGLAS: DIE PERSÖNLICHE DUFTBERATUNG

Welcher Duft passt zu mir? Anhand von fünf Fragen kann Alexa mit dem neuen Douglas-Skill eine individuelle Parfümempfehlung aussprechen. Diese wird aus einem Sortiment von mehr als 500 Düften ausgewählt und basiert auf Merkmalen wie Anlass, Duftnote oder Produkteigenschaft. Auf Wunsch kann das Produkt im Anschluss in der Filiale getestet oder – noch über einen Link – im Onlineshop bestellt werden.

Bedenken von Verbrauchern im Umgang mit Sprachassistenten

Frage: Welche Bedenken gibt es für Sie bei der Benutzung von Sprachassistenten?



Fast **80%** haben Bedenken bei der Nutzung von Sprachassistenten

Mehrfachantwort möglich; Basis: n=1.034

Quelle: BVDW (2017): Digital Trends – Umfrage zu digitalen Sprachassistenten