

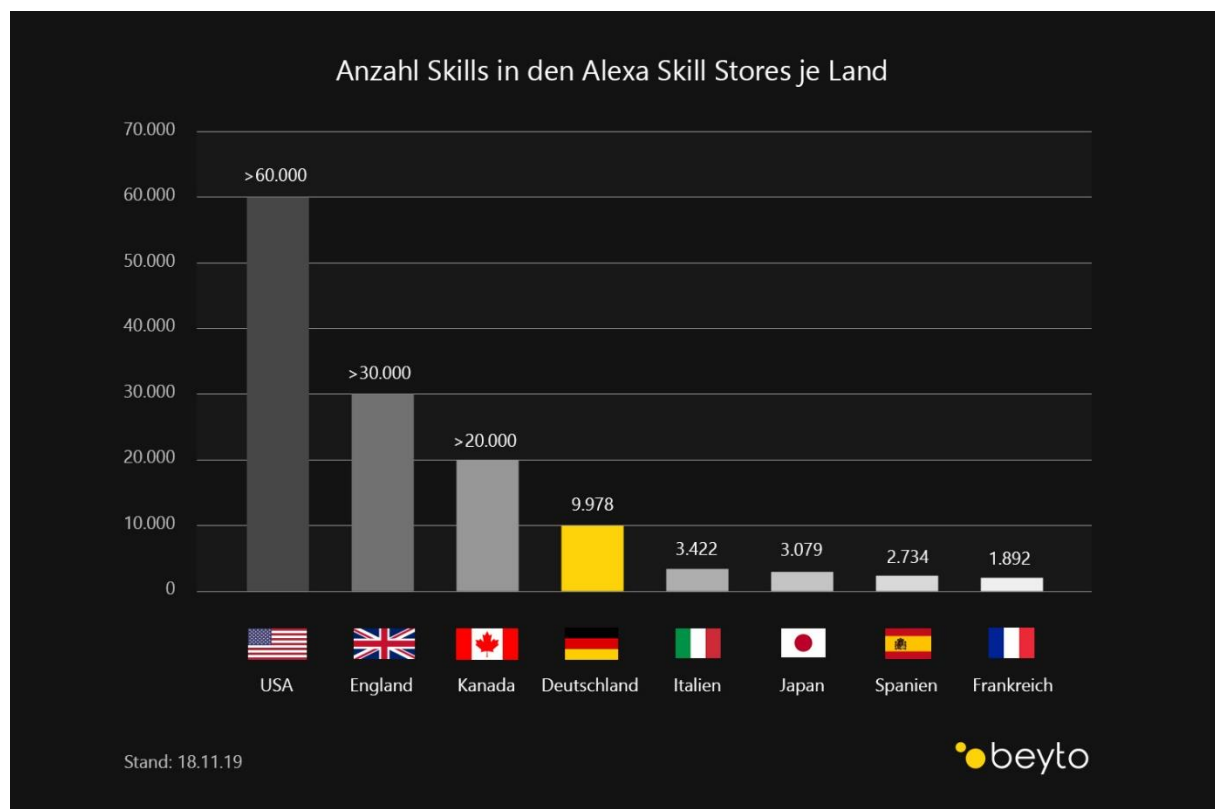
Aktueller Ländervergleich der Alexa Skill Stores

Voice-Markt kommt in Europa nicht in Schwung

November 2019. Digitale Sprachassistenten sind das Geschäftsfeld der Zukunft – darin sind sich die Experten einig. Im Januar 2019 bezeichnete der deutsche Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier sie sogar als „größte Basisinnovation seit Erfindung der Dampfmaschine“¹. Das Jahr ist fast verstrichen und der Blick auf den Voice-Markt ist ernüchternd. Betrachtet man die bereit gestellten Voice-Applikationen in den weltweit wichtigsten Alexa Skill Stores, so zeigt sich die Gefahr, dass Europa den Trend verschläft – das ist das Ergebnis einer aktuellen Auswertung der Berliner Digitalagentur Beyto. Offenbar wissen Unternehmen und Marken auf dem alten Kontinent nicht so recht, was sie mit der neuen Dampfmaschine anfangen sollen.

US-Markt weit vorn und Stagnation in Deutschland

Mehr als 60.000 Voice-Applikationen verzeichnet der US-amerikanische Alexa Skill Store derzeit – während es in Deutschland nur knapp 10.000 sind. Noch trauriger ist das aktuelle Bild bei unseren europäischen Nachbarn. Zwar sind die Alexa Skill Stores in den einzelnen Ländern zu unterschiedlichen Zeitpunkten gestartet. Doch es scheint zweifelhaft, dass allein der Zeitfaktor von zum Beispiel knapp anderthalb Jahren zwischen dem Markt-Launch in den USA (06/2015) und dem in Deutschland (10/2016) für die Existenz länderspezifischer Alexa Skills verantwortlich ist. Erst recht, wenn man bedenkt, dass das öffentliche Interesse am Thema Voice im Lauf der Zeit gestiegen ist und die Verfügbarkeit von Alexa – beispielsweise über Smart Speaker – massiv zugenommen hat. Man sollte für dieses innovative Geschäftsfeld also zumindest eine starke Dynamik erwarten. Doch in Deutschland ist das Gegenteil der Fall: In den letzten drei Wochen sind im deutschen Alexa Skill Store im Durchschnitt gerade mal 20 Voice-Applikationen pro Woche lanciert worden². Mit solchen Wachstumsraten bleibt der US-Markt noch sehr lange unerreicht.



¹ Peter Altmaier auf einer Veranstaltung im Januar 2019 in Berlin (z.B. [Heise Online](#))

² 9.920 Alexa Skills am 27.10.2019 vs. 9.978 Alexa Skills am 18.11.2019 (Quelle: Alexa Skill Store Deutschland)

Sprachgesteuerte Shopping-Anwendungen bei Alexa noch kein Thema

Auch wenn die Anzahl der Alexa Skills in den Märkten stark variiert, dominieren überall Voice-Applikationen für Musik-Streaming, einfache Spiele oder kurze Wissensfragen. Nach Alexa Skills zum Shoppen sucht man nahezu vergebens: Selbst im vergleichsweise starken US-Markt finden sich zum Erhebungszeitpunkt gerade mal 286 Skills in dieser Kategorie. In Deutschland gibt es immerhin 90 Skills für den Einkaufsspaß, während die Fashionistas in Frankreich und Italien mit Alexa kaum oder gar nicht zum Zug kommen (9 Shopping-Skills in Frankreich, nicht ein einziger in Italien). Die Smart Speaker Studie 2019 der Digitalagentur Beyto kommt zu ähnlichen Ergebnissen: Zum Einkaufen werden digitale Sprachassistenten noch so gut wie gar nicht genutzt³.



Claudius Konopka
Geschäftsführer Beyto GmbH

Warum Unternehmen sich dennoch nicht zurücklehnen und die weitere Entwicklung des Voice-Markts entspannt abwarten sollten, erklärt Beyto-Geschäftsführer Claudius Konopka: „Wer sich schon heute mit einer Voice-Strategie für seine Marke befasst, verschafft sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Denn auch im Markt der mobilen Apps fing alles vor einigen Jahren ganz spielerisch an. Als dann plötzlich eine ungeheure Dynamik entstand, sind viele Unternehmen dem Trend hinterhergelaufen. Es ist eine große Chance, mit der richtigen Strategie und sinnvollen Voice-Anwendungen für den Nutzer schon jetzt echten Mehrwert zu generieren und dieses Geschäftsfeld von Anfang an mit seiner Marke zu besetzen.“

³ Mehr dazu im detaillierten [Studienreport](#)

Über Beyto

Beyond Touch: Beyto ist eine 2019 gegründete Digitalagentur mit Sitz in Berlin, die auf Voice und intelligente Assistenten spezialisiert ist. In diesem Bereich bietet Beyto als Full-Service-Agentur ein umfassendes Leistungsspektrum an – von strategischer Beratung über die Entwicklung und Gestaltung von Dialogmodellen, die Realisierung technischer Applikationen bis zur Vermarktung und Analyse dieser.

Die Kunden und Partner der Agentur profitieren dabei von der Expertise der Beyto-Geschäftsführer und -Miteigentümer Claudius Konopka und Maik Metzen, die seit mehr als zehn Jahren in verantwortlichen Positionen auf Agentur- und Unternehmensseite im Online Marketing tätig sind. Die beiden Agentur-Chefs eint die Vision, den Voice-Markt im deutschsprachigen Raum in den nächsten Jahren entscheidend weiterzuentwickeln. Auch deshalb investiert Beyto kontinuierlich in Marktforschungsprojekte wie die [Beyto Smart Speaker Studie 2019](#) und liefert der Branche so tiefer gehende Informationen zum schnell wachsenden Geschäftsfeld sprachgesteuerter Assistenten.



Claudius Konopka (links) und **Maik Metzen**
Geschäftsführer der Digitalagentur Beyto

Pressekontakt

Claudia Gabriel / Medienbüro Beyto GmbH

E: mail@claudiagabriel.de

T: +49 6171 27 96 800

M: +49 176 60 81 01 89