

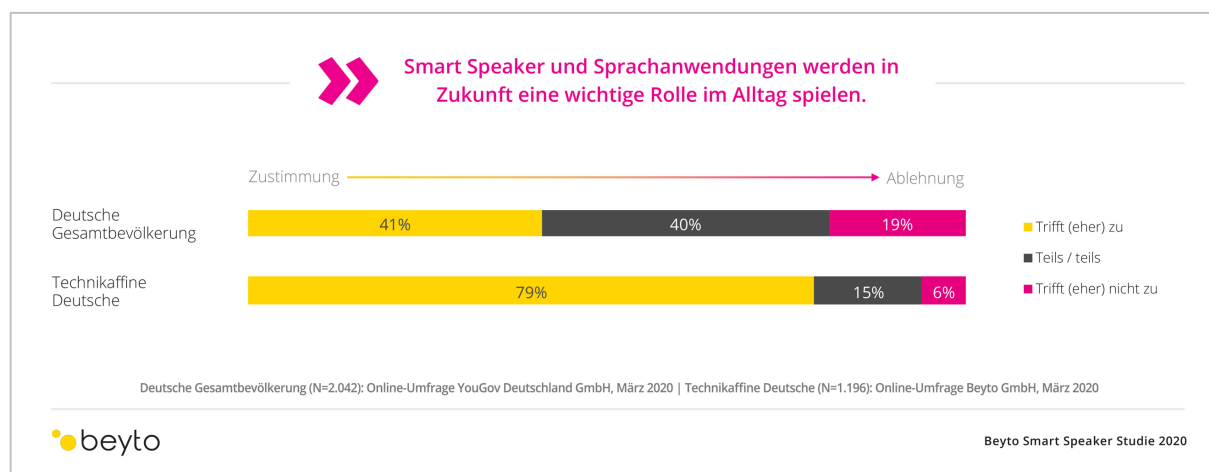
## Aktuelle Beyto Smart Speaker Studie 2020

# Jeder vierte Deutsche hat einen Smart Speaker – und noch mehr glauben an große Zukunft der Technologie

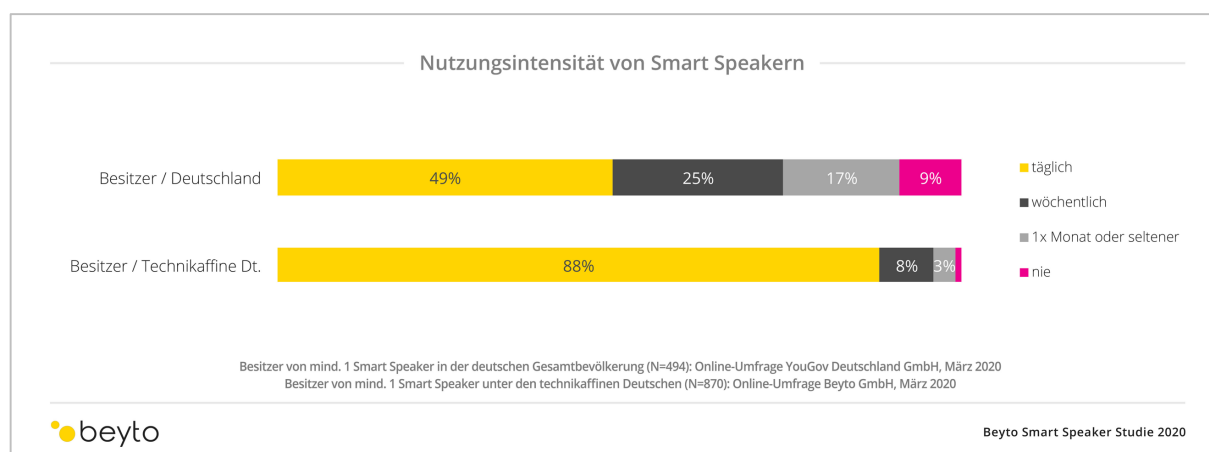
*Berlin, 28. April 2020.* Bei jedem vierten Deutschen steht schon heute mindestens ein Smart Speaker zuhause – bei der Hälfte der Besitzer sogar mehr als ein Gerät. Und wer sich für die Anschaffung entscheidet, der nutzt die smarten Assistenten auch: Fast 50% tun dies sogar täglich. Noch bemerkenswerter ist allerdings, dass rund 40% aller Deutschen davon ausgehen, dass Smart Speaker und Sprachanwendungen zukünftig eine wichtige Rolle spielen werden, egal ob sie ein Gerät ihr Eigen nennen oder nicht. Ein schon heute relevantes Marktsegment mit einem enormen Potenzial: Das ist eine der wichtigsten Botschaften aus einer repräsentativen Online-Befragung der Deutschen, die im März 2020 von der YouGov Deutschland GmbH im Auftrag der auf Voice spezialisierten Digitalagentur **Beyto** durchgeführt wurde.

Wie verbreitet sind Smart Speaker in Deutschland? Was denken die Deutschen über die Technologie – und wie wird sie derzeit genutzt? Diesen Fragen geht die Beyto Smart Speaker Studie 2020 nach. Parallel zur repräsentativen Online-Befragung von 2.042 Deutschen wurden von Beyto weitere 1.196 technikaffine Deutsche zu ihren Nutzungsmustern befragt.

## Was Deutschland über Smart Speaker denkt – und wie sie genutzt werden

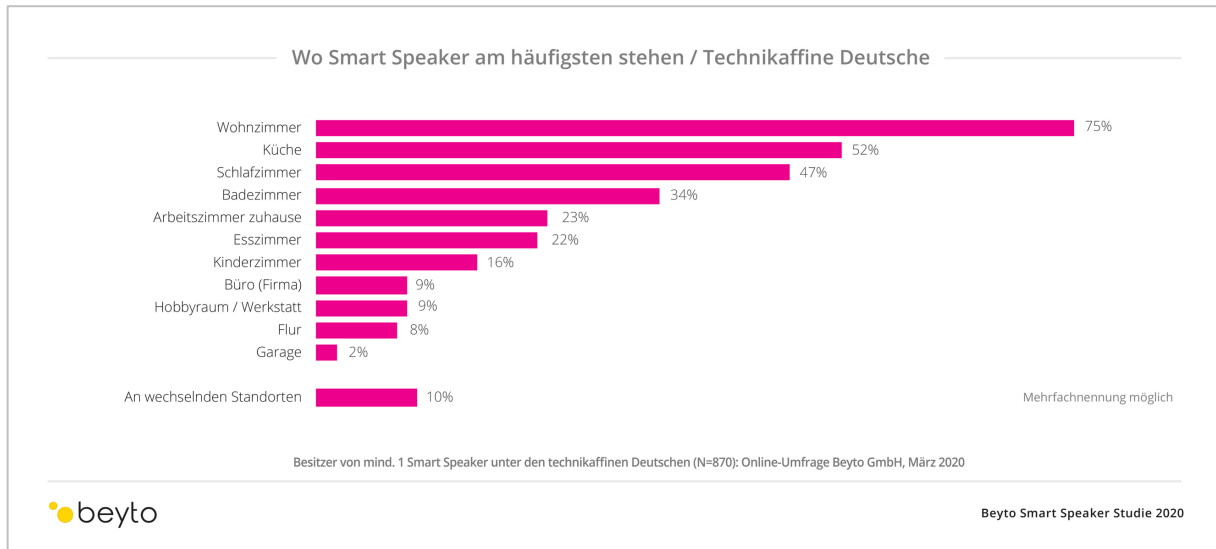


Die Deutschen sind überzeugt, dass Smart Speaker und Sprachanwendungen in Zukunft wichtig werden. Unter den parallel befragten technikaffinen Deutschen sind es sogar doppelt so viele, die von der Relevanz der Technologie überzeugt sind. Die heutigen Besitzer von Smart Speakern nutzen diese jedenfalls intensiv – fast 90% der Tech-Interessierten sogar täglich. Und auch in der Gesamtbevölkerung ist die **regelmäßige Nutzung** üblich:



Bei den Herstellern steht **Amazon unverändert an der Spitze** der favorisierten Anbieter: Mehr als drei Viertel der deutschen Smart Speaker-Besitzer haben mindestens ein Gerät des Marktführers – das sind genau so viele wie in der Beyto Smart Speaker Studie 2019.

Genau wie im Vorjahr stehen die meisten Smart Speaker nach wie vor im Wohnzimmer. Deutlich zugenommen hat hingegen die Häufigkeit, mit der die Geräte in der Küche (von 38% auf 52%) und im Badezimmer (von 21% auf 34%) platziert werden.

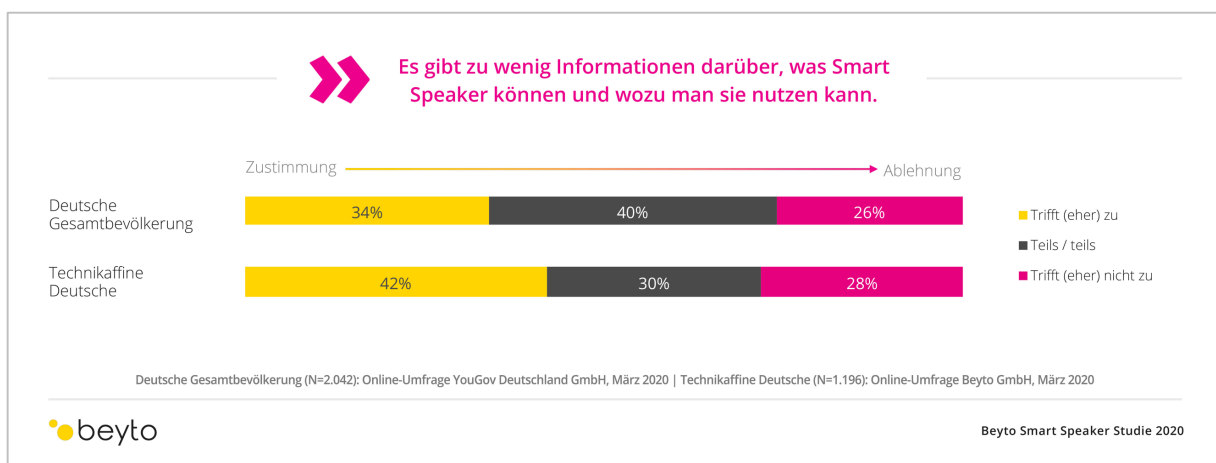


Auch das Schlafzimmer rangiert noch immer unter den Top 3 der bevorzugten Smart Speaker-Standorte im Haus – das ist erstaunlich, denn:

### Smart Speaker haben großes Imageproblem in Bezug auf Privatsphäre

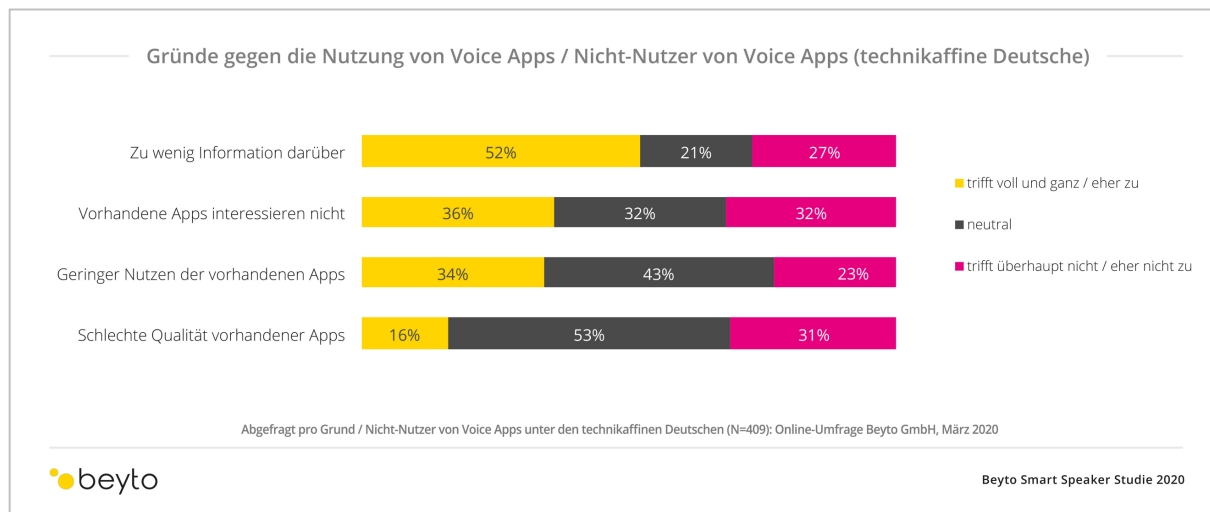
Trotz ihrer Verbreitung werden Smart Speaker in einem Punkt besonders kritisch betrachtet: Die Mehrheit aller Deutschen (59%) konstatiert, dass sie für die Privatsphäre ein größeres Risiko darstellen als andere technische Geräte – auch die Hälfte der Besitzer von Smart Speakern denkt das. Und die Sorge um die Privatsphäre ist noch immer der Hauptgrund, warum sich selbst technikaffine Deutsche keinen Smart Speaker anschaffen.

Dabei liefern die Befragten den Herstellern die Lösung direkt mit – denn **es fehlt offenbar an Informationen** über die Nutzungsmöglichkeiten der Geräte:



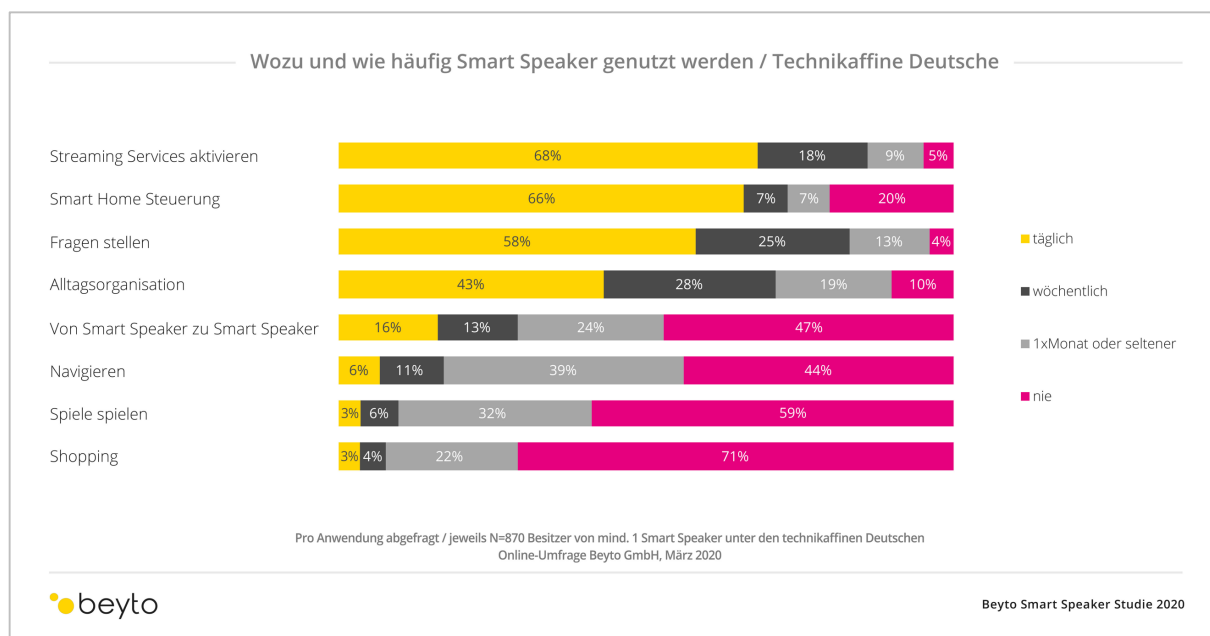
## Fehlende Informationen auch verantwortlich für mangelnde Nutzung von Voice Apps

Nur etwa die Hälfte aller Smart Speaker-Besitzer in der Bevölkerung und unter den technikaffinen Befragten nutzt regelmäßig (also täglich oder wöchentlich) spezielle Voice-Applikationen wie Alexa Skills oder Google Actions. Zwar sind es unter den Tech-Interessierten 50% der Besitzer, die jeden Tag mindestens eine dieser **Voice Apps aktivieren** – doch fast genau so viele tun dies nie. Fragt man sie nach den Gründen dafür, so wird auch hier vor allem der Mangel an verfügbaren Informationen genannt:



Dieser wahrgenommene Informationsmangel passt auch zu einem anderen Ergebnis der Studie: Nur ein Viertel der technikaffinen Nutzer erfährt über Werbung etwas über neue Voice Apps. Die meisten begeben sich in den Stores aktiv auf die Suche danach.

## Wofür Smart Speaker heute vor allem im Einsatz sind



Streaming Services aktivieren, das Smart Home steuern, Fragen stellen oder den Alltag organisieren: Diese Anwendungen rangieren bei den Tech-Interessierten genau wie im Vorjahr weit vorne. **Spiele? Shoppen? Das tut die große Mehrheit der technikaffinen Smart Speaker-Besitzer nie per Voice.** Auch 2019 rangierten diese Kategorien bereits auf den letzten Plätzen – dabei ist aktuell das Spiel & Spaß-Segment im Alexa Skill Store sogar der zweitgrößte Themenbereich. Und am Thema Shopping sollte doch vor allem der Marktführer Amazon ein überdurchschnittliches Interesse haben.

## Voice-Experte und Beyto-Geschäftsführer Claudius Konopka: „Positive Signale – doch es gibt auch noch viel zu tun!“

Beyto-Geschäftsführer Claudius Konopka zeigt sich positiv überrascht von der nachgewiesenen Smart Speaker-Verbreitung: „Unsere repräsentative Studie belegt, dass die smarten Assistenten tatsächlich in Deutschland angekommen sind. Das ist erfreulich – vor allem, weil viele Deutsche offenbar auch erkannt haben, dass in dieser Technologie echtes Potenzial steckt.“ Er stellt aber auch fest, dass die Nutzungsmuster von Smart Speakern wie im Vorjahr sehr einheitlich sind und sich keine neuen Themenbereiche herauskristallisiert haben, in denen die Geräte zum Einsatz kommen. Konopka betont: „Die Deutschen fühlen sich über Smart Speaker schlecht informiert, ebenso nehmen sie keine Werbung und wenig Informationen über neue Voice-Applikationen wahr. Und abgesehen von Smart Home-Anwendungen fehlen ihnen ganz offenbar auch Ideen und Angebote, wie sie ihre Smart Speaker für andere Dinge als das Aktivieren von Streamingdiensten einsetzen können.“ Hier sieht Konopka einen großen Handlungsbedarf bei Herstellern, bisherigen Anbietern von Voice-Applikationen und Unternehmen. Denn eines zeigt die aktuelle Studie deutlich, wie er sagt: „Die Menschen finden Voice wichtig! Und das Marktpotenzial ist riesig, wenn man bedenkt, dass nur 15% der Nicht-Besitzer den Kauf eines Smart Speakers für sich ausschließen.“

### 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 -Mitinhaber 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 aktuell in die Beyto Smart Speaker Studie 2020 und liefert der Branche so tiefer gehende Informationen zum schnell wachsenden Geschäftsfeld sprachgesteuerter Assistenten.

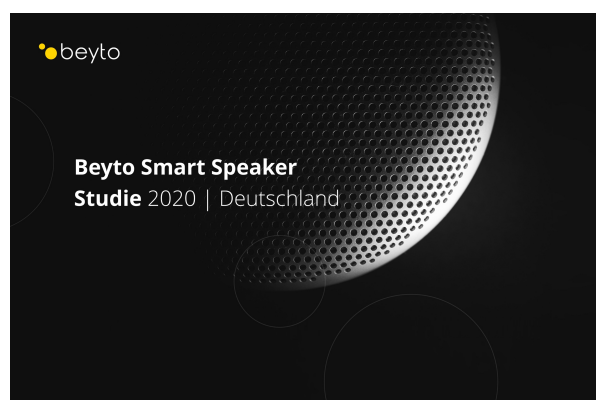


**Claudius Konopka** (links) und **Maik Metzen**  
Geschäftsführer der Digitalagentur Beyto

### Pressekontakt

Claudia Gabriel / Medienbüro Beyto GmbH

E: [mail@claudiagabriel.de](mailto:mail@claudiagabriel.de) | T: +49 6171 27 96 800 | M: +49 176 60 81 01 89



### Studienreport kostenlos bestellen:

<https://www.beyto.com/smart-speaker-studie-2020/>