

Medienmitteilung

Studie zu digitalen Sprachassistenten: Hoher Bekanntheitsgrad, noch viel Potenzial bei der Nutzung

- Bis zu 90 Prozent der Befragten kennen Alexa, Google Assistant und Siri
- Nutzungsquote der Sprachassistenten liegt bei rund 15 Prozent
- Ein Viertel der Befragten besitzt ein Streaming-Gerät mit Möglichkeit zur Sprachsteuerung, jeder Fünfte ein TV-Gerät mit dieser Funktionalität
- Jeder Siebte bedient TV- und Streaming-Geräte über Spracheingabe
- Use Case Medienkonsum: Suche nach Inhalten und Basisfunktionen im Vordergrund
- Die Hälfte der Befragten glaubt, dass Spracheingabe künftig die Fernbedienung ersetzt
- 70 Prozent haben keine oder nur etwas Bedenken bzgl. des Datenschutzes

Frankfurt/Berlin, 31. August 2018. Nach einer aktuellen Studie der GfK SE im Auftrag der Deutschen TV-Plattform sind digitale Sprachassistenten den meisten Menschen geläufig. 91 Prozent der Befragten kennen Alexa, 79 Prozent Siri und 76 Prozent den Google Assistant. Der hohe Bekanntheitsgrad spiegelt sich jedoch noch nicht in der generellen Nutzung durch die Befragten wider (Alexa: 13 Prozent, Apple Siri: 16 Prozent, Google Assistant: 15 Prozent).

Ein Grund dafür dürfte in der Haushaltsausstattung liegen. Zwar besitzen über zwei Drittel der Studienteilnehmer (69 Prozent) ein Smartphone, das über Spracheingabe bedient werden kann. Die Werte für Streaming-Geräte (25 Prozent), TV-Geräte (21 Prozent) und Smart-Speaker (10 Prozent) mit der Möglichkeit zur Sprachsteuerung fallen allerdings noch deutlich niedriger aus. Das schlägt sich entsprechend in der Verteilung der Nutzungsquoten nieder: Der Löwenanteil der Sprachsteuerung entfällt mit 38 Prozent auf mobile Geräte, z. B. für die Internetsuche oder den Abruf von Verkehrsinfos. 22 Prozent nutzen die Assistenten stationär zuhause, etwa für den Abruf von Nachrichten oder Wetterinfos. 14 Prozent der befragten Personen steuern ihre TV- und Streaming-Geräte per Sprachbefehl. Kaum eine Rolle spielen die digitalen Assistenten für Online-Shopping (5 Prozent).

Wer für den Medienkonsum auf die Unterstützung von Alexa oder Google Assistant zurückgreift, tut dies in erster Linie für die Suche nach Inhalten (55 Prozent) oder zum Starten von Filmen und Serien (53 Prozent). Auch das Starten einer App auf einem Smart-TV (46 Prozent) oder das Umschalten von TV-Programmen (40 Prozent) per Spracheingabe werden gern genutzt. Ganz oben auf der Liste wünschenswerter Funktionen für die Zukunft rangiert die Programmierung von Aufnahmen (28 Prozent), gefolgt vom Vorlesen von Informationen zu bestimmten Inhalten (18 Prozent). 51 Prozent glauben, dass die Fernbedienung künftig von der Sprachbedienung abgelöst wird.

Aus Sicht der „Nicht-Nutzer“ von digitalen Sprachassistenten ist vor allem die Bedienung noch zu umständlich (28 Prozent); ferner hegen 26 Prozent aus dieser Gruppe Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes. Bei der Gesamtheit aller Befragten spielt der Datenschutz zwar eine wichtige, aber

keine herausragende Rolle. 70 Prozent der Befragten äußern hier nur etwas oder gar keine Bedenken.

Andre Prahl (Mediengruppe RTL), Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform: „Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass wir hier noch am Anfang einer Entwicklung stehen. Die Zuschauer möchten Inhalte einfach finden und komfortabel nutzen. Das ist angesichts der Masse an Inhalten und Plattformen eine komplexe Aufgabe für die Medienbranche. Sprache ist dabei sicher eine Möglichkeit. Wir müssen insgesamt ausloten, welche Relevanz digitale Assistenten, KI und Machine Learning für die Medienindustrie entfalten können. Die Deutsche TV-Plattform bietet dafür die ideale Kommunikationsplattform, umfasst sie doch die gesamte Wertschöpfungskette, und sowohl traditionelle, als auch neue Player.“

Im Rahmen der Studie wurden Mitte August 2018 von der GfK SE 1.006 Frauen und Männern in Deutschland ab 14 per CAWI (Computer Assisted Web Interview) befragt. Der Ergebnisbericht der Studie ist unter <http://tv-plattform.de/de/service/publikationen/mediendownloads> abrufbar.

Die Deutsche TV-Plattform auf der IFA: IFA NEXT, Halle 26a, Stand 203.
Themen: Ultra HD HDR, HbbTV 2.0, Next Generation Audio, Virtual Reality und 360°-Video

Kontakt für Medien

Stefan Vollmer
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit Deutsche TV-Plattform
Tel. +49 151 22 67686969
vollmer@tv-plattform.de
www.tv-plattform.de
twitter.com/tvplattform

Über die Deutsche TV-Plattform

Die Deutsche TV-Plattform ist ein Zusammenschluss von über 50 privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, Streaming-Anbietern, Geräteherstellern, Infrastrukturbetreibern, Service- und Technik-Providern, Forschungsinstituten und Universitäten, Bundes- und Landesbehörden sowie anderen, mit den digitalen Medien befassten Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Ziel des eingetragenen Vereins ist seit seiner Gründung 1990 die Einführung digitaler Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeitsgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik, um Weichen für Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks zu stellen.