

Digitale Sprachassistenten

Ergebnisse einer telefonischen
Repräsentativbefragung von Internetnutzern

Oktober 2021



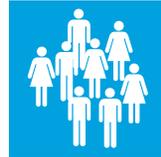
Studiensteckbrief

Telefonische Repräsentativbefragung von Internetnutzern zu digitalen Sprachassistenten



Befragungsgebiet

Bundesrepublik
Deutschland



Grundgesamtheit

Deutschsprachige Internetnutzer
in Privathaushalten ab 18 Jahren



Stichprobengröße

1.557 Interviews



Auswahlverfahren

Repräsentative
Zufallsstichprobe



Methode

Telefonbefragung
(CATI Omnibus – Dual Frame)



Erhebungszeitraum

30.09. bis 07.10.2021

Methodische Hinweise:

Da die dargestellten Anteilswerte auf ganze Zahlen gerundet sind, kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100 Prozent aufsummieren. Aus demselben Grund können durch Addition zusammengefasste Kategorien (z.B. „Top-Two-Werte“ wie: „sehr zufrieden“ + „eher zufrieden“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen. Bei Fragen mit mehreren möglichen Antwortoptionen können die aufaddierten Nennungen 100 Prozent überschreiten.

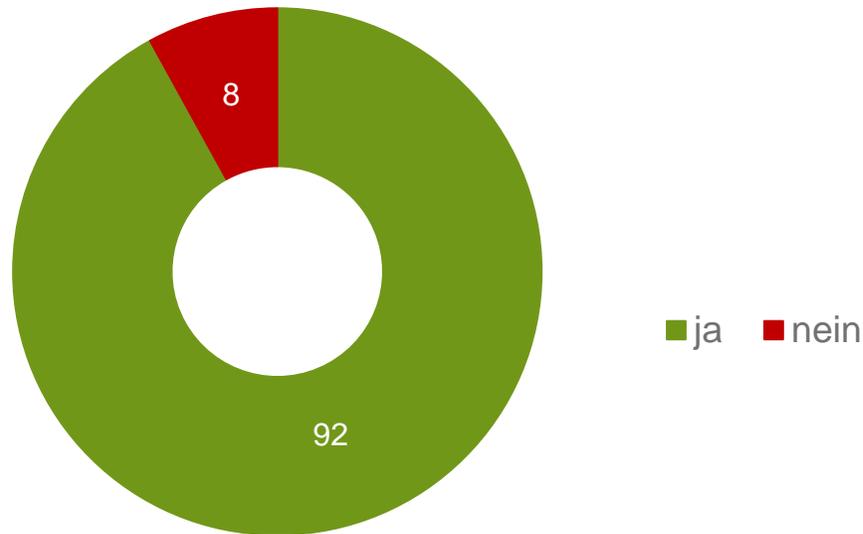
Die Daten wurden einer **Gewichtung** unterzogen. Zunächst wurden die verschiedenen Auswahlwahrscheinlichkeiten der Zielpersonen in Abhängigkeit von Festnetz- oder Mobilfunknutzung und der Haushaltsgröße ausgeglichen. In einem weiteren Schritt wurde die Stichprobe hinsichtlich der Merkmale Bundesland, Ortsgröße, Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit, Schulbildung und Haushaltsgröße gewichtet. Diese Gewichtung stellt sicher, dass die der Auswertung zugrunde liegende Stichprobe in ihrer Zusammensetzung der Struktur der Grundgesamtheit entspricht. Damit sind die Untersuchungsergebnisse repräsentativ und können im Rahmen der statistischen Fehlertoleranzen auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden.

Alle Befragungen, die auf Stichproben beruhen, weisen eine statistische Unsicherheit auf. Die Befragungsergebnisse können also in gewissem Umfang vom „wahren“ Meinungsbild der Grundgesamtheit abweichen. Bei der vorliegenden Erhebung beträgt diese sogenannte statistische Fehlertoleranz ± 1 (bei einem Anteilswert von 5 Prozent) bis ± 3 Prozentpunkte (Anteilswert von 50 Prozent).

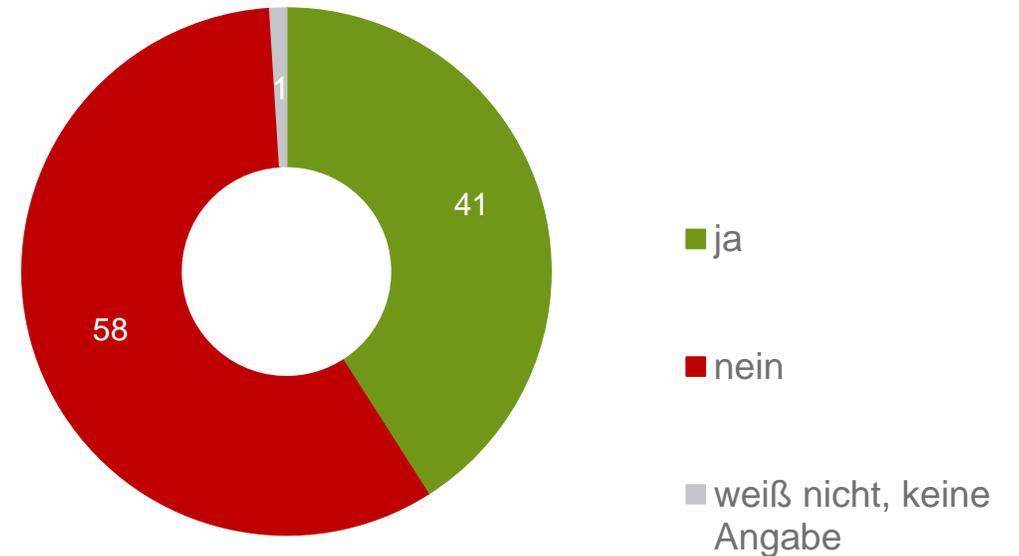
Bekanntheit und Nutzung digitaler Sprachassistenten

Sehr vielen Internetnutzern sind digitale Sprachassistenten bekannt. Gut vier von zehn nutzen selbst einen der abgefragten Sprachassistenten.

Bekanntheit



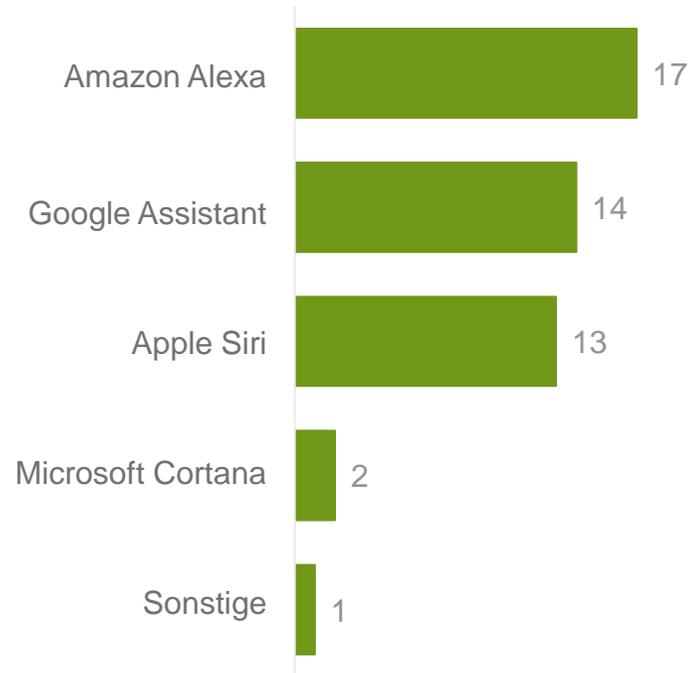
Nutzung



Frage: Sind Ihnen digitale Sprachassistenten wie „Alexa“ von Amazon, „Siri“ von Apple, der „Google Assistant“ oder „Cortana“ von Microsoft bekannt?
Frage: Und welche der folgenden Sprachassistenten nutzen Sie selbst? [Berechnung der Nutzer vs. Nichtnutzer]
Darstellung: Angaben in Prozent
Basis: alle Internetnutzer (n = 1.557)

Nutzung digitaler Sprachassistenten

Amazon Alexa ist der meistgenutzte der abgefragten digitalen Sprachassistenten.



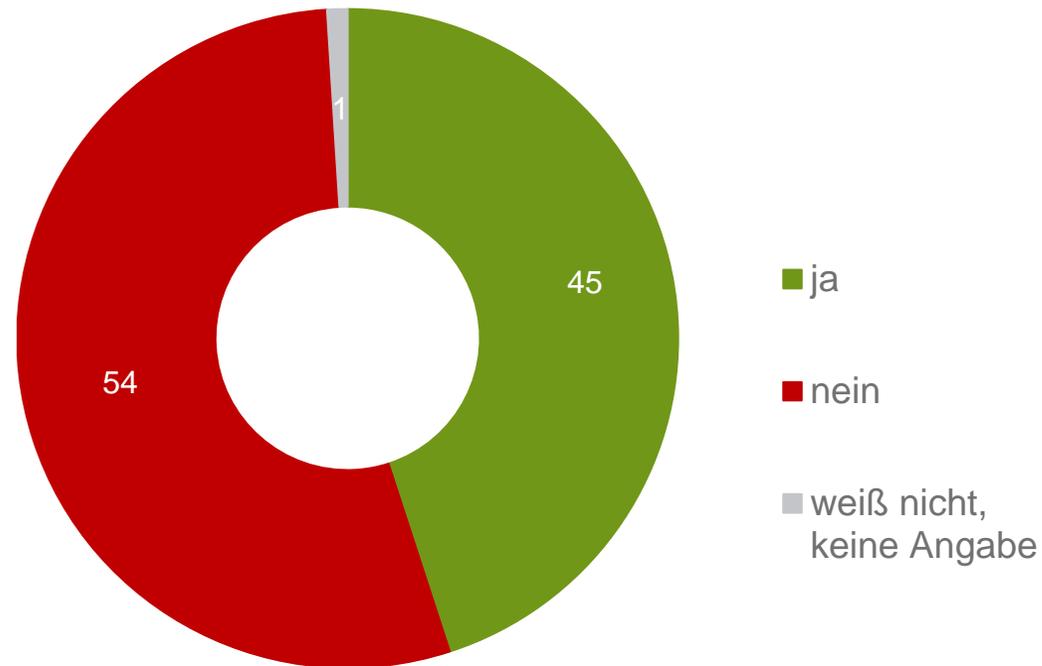
Frage: Und welche der folgenden Sprachassistenten nutzen Sie selbst?

Darstellung: Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich; Darstellung ohne „weiß nicht, keine Angabe“ (1% Nennungshäufigkeit)

Basis: alle Internetnutzer, denen digitale Sprachassistenten bekannt sind (n = 1.430)

Vorstellbarkeit, mittels digitaler Sprachassistenten Waren oder Dienstleistungen zu bestellen

Die Mehrheit der Nutzer bzw. Nutzungsplaner kann sich nicht vorstellen mit Sprachassistenten Bestellungen zu tätigen. 45 Prozent können es sich vorstellen, dies entspricht 16 Prozent von allen Internetnutzern.



Frage: Können Sie sich vorstellen, mit einem digitalen Sprachassistenten Waren oder Dienstleistungen zu bestellen?

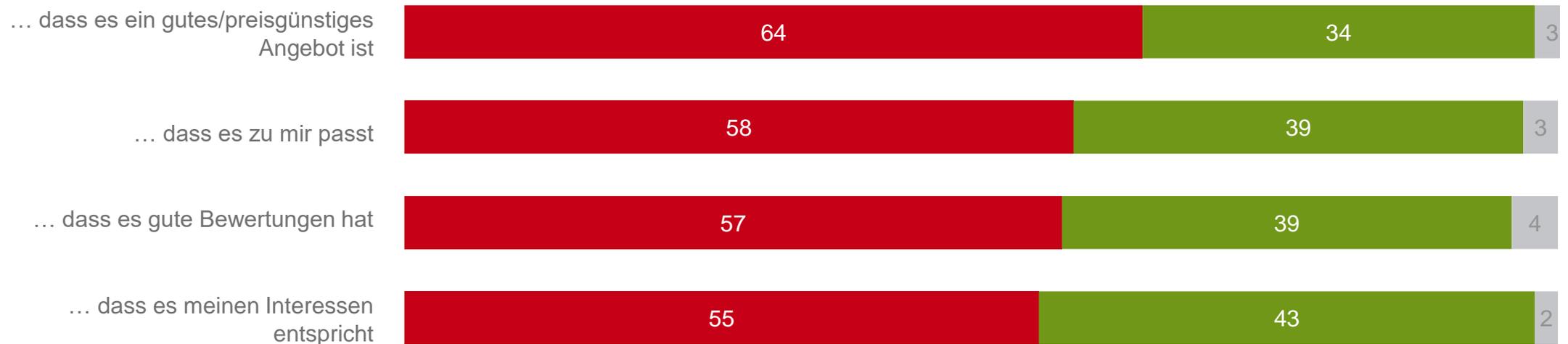
Darstellung: Angaben in Prozent

Basis: alle Internetnutzer, die digitale Sprachassistenten nutzen oder dies künftig planen (n = 542)

Vertrauen in Produkte, die von einem Sprachassistenten vorgeschlagen werden

Das Vertrauen in von einem Sprachassistenten vorgeschlagene Produkte ist nicht sehr groß. Bei allen abgefragten Kriterien antwortet die Mehrheit der Befragten mit Nein.

Ich würde mich darauf verlassen, ...



■ Nein ■ Ja ■ Weiß nicht, k. A.

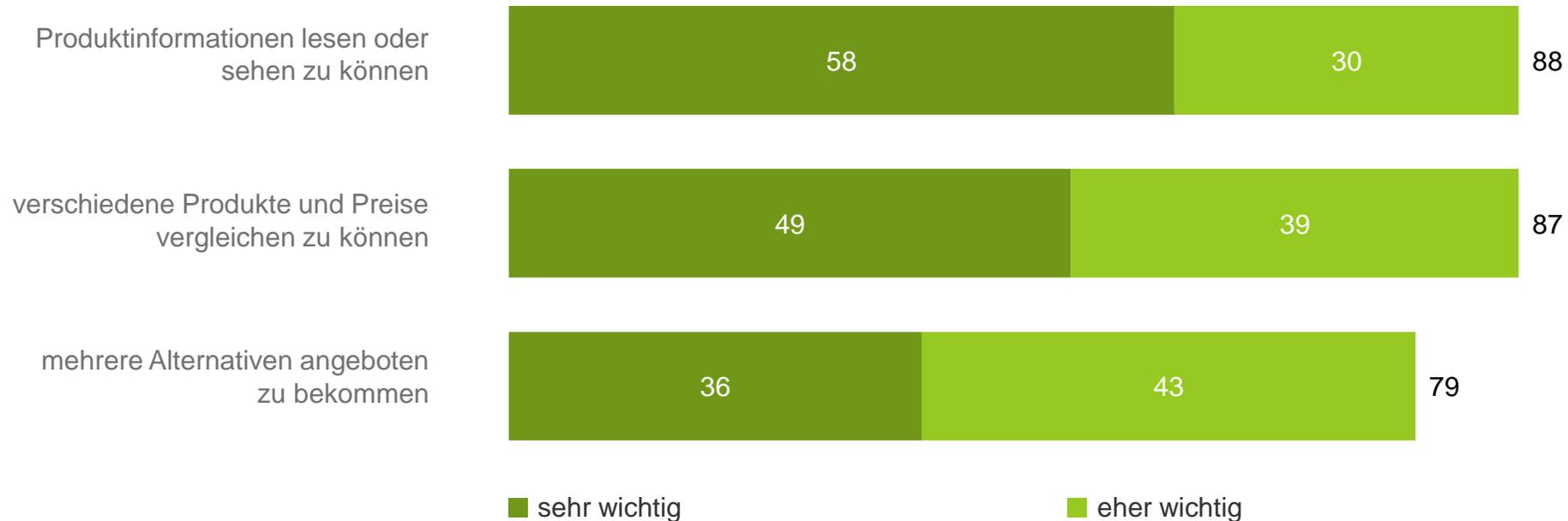
Frage: Wenn Ihnen der Sprachassistent ein bestimmtes Produkt vorschlägt, würden Sie sich darauf verlassen, ...

Darstellung: Angaben in Prozent

Basis: alle Internetnutzer, die digitale Sprachassistenten nutzen oder dies künftig planen (n = 542)

Wichtigkeit verschiedener Kriterien beim Bestellen von Waren oder Dienstleistungen im Internet

Alle drei Kriterien sind mehrheitlich von großer Wichtigkeit – am wichtigsten: Les- bzw. Sichtbarkeit von Produktinformationen sowie Vergleichsmöglichkeiten verschiedener Produkte und Preise



Frage: **Wie wichtig sind Ihnen beim Bestellen von Waren oder Dienstleistungen im Internet folgende Dinge?**
Darstellung: Anteile „sehr wichtig“, „eher wichtig“ und Top-2-Werte (= Anteile „sehr wichtig“ (1) + „eher wichtig“ (2)) // Angaben in Prozent
Basis: alle Internetnutzer, die digitale Sprachassistenten nutzen oder dies künftig planen (n = 542)

KANTAR PUBLIC

Kantar GmbH
Public Division
www.kantarpublic.com/de

Landsberger Straße 284
80687 München
Germany

