

# EXPERT:INNENBEFRAGUNG DIGITALE SPRACHASSISTENTEN

Methodischer Hintergrund

## BEFRAGUNGSZEITRAUM

27. September bis 8. Oktober 2021

## METHODE

Online-Befragung mit dem Umfrage-Tool LimeSurvey

Die Expert:innen wurden im Vorfeld der Befragung vom vzbv kontaktiert und erhielten einen Link zum Ausfüllen des Fragebogens.

## TEILNEHMENDE

Folgende Expert:innen haben an der Befragung teilgenommen und der Veröffentlichung ihres Namens und ihrer Organisation zugestimmt:

<b>Prof. Dr. Benedikt Berger</b>	Westfälische Wilhelms-Universität Münster
<b>Anne Fota</b>	Universität Siegen
<b>Martin Groß-Albenhausen</b>	Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V.
<b>Alexander Rabe</b>	eco – Verband der Internetwirtschaft e.V.
<b>Patrick Schwalger</b>	Händlerbund
<b>Dr. Katja Wagner</b>	Universität Siegen

Weitere **drei Personen** haben anonym an der Befragung teilgenommen.

## FRAGEBOGEN

**Frage 1:** In den Bereichen Voice Commerce und IoT-Steuerung verspricht die Nutzung von Sprachassistenten Verbraucher:innen viele Vorteile, z. B. intuitive Steuerung, Komfortgewinne und Entlastung. Gleichzeitig bringen sie auch neuartige Risiken mit sich. Welche Chancen für Verbraucher:innen stehen bei der Nutzung von Sprachassistenten aus Ihrer Sicht im Vordergrund? Bitte beschreiben Sie, was Ihnen in diesem Zusammenhang einfällt.

**Frage 2:** Wenn Sie speziell an ökonomische und wettbewerbsbezogene Auswirkungen denken – welche Risiken kann die Nutzung von Sprachassistenten aus Ihrer Sicht für Verbraucher:innen mit sich bringen?

**Frage 3:** Bei einem visuellen Informationszugang können Verbraucher:innen bei Konsumententscheidungen eine Vielzahl von gleichzeitig präsentierten Informationen vergleichen. Bei Sprachassistenten werden die Informationen dagegen sequentiell und auf auditivem Weg präsentiert. Kann dies die Entscheidungsfindung der Verbraucher:innen aus Ihrer Sicht beeinflussen? Falls ja, wie?

**Frage 4:** Welche Nachteile sind durch den Einsatz von Voice Commerce aus Ihrer Sicht für Verbraucher:innen denkbar – etwa durch Dark Patterns und Lock-in-Effekte?

**Frage 5:** Amazon Alexa hat zum einen eine dominierende Stellung auf dem Markt für smarte Lautsprecher. Zum anderen bietet Amazons Stellung als marktmächtige Online-Handelsplattform besondere Möglichkeiten, Sprachassistenten zum weiteren Ausbau der Marktposition zu nutzen. Welche Möglichkeiten ergeben sich aus Ihrer Sicht hieraus für Amazon – insbesondere bei der Gestaltung des Empfehlungsalgorithmus von Amazon Alexa?

**Frage 6:** Welche Beispiele/Begründungen/Evidenz gibt es aus Ihrer Sicht für die in der vorherigen Frage benannten möglichen Auswirkungen von Sprachassistenten und insbesondere von Amazon Alexa?

**Frage 7:** Mit einer wachsenden Bedeutung des Voice Commerce könnten sich Konkurrenten von Amazon bzw. andere Händler oder Dienstleister künftig gezwungen sehen, ihre Produkte über Alexa zu vermarkten. Ggf. müssten sie dabei ungünstige Vertragskonditionen akzeptieren und würden das Risiko eingehen, langfristig von Amazon verdrängt zu werden. Wie realistisch ist eine solche Entwicklung aus Ihrer Sicht? Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung kurz.

**Frage 8:** Welche Auswirkungen hätte die in der vorherigen Frage beschriebene Entwicklung (Händler und Dienstleister sehen sich mit wachsender Bedeutung des Voice Commerce gezwungen ihre Produkte über Amazon Alexa zu vermarkten) aus Ihrer Sicht für Verbraucher:innen?

**Frage 9:** Welche Auswirkungen auf die Position von Online-Shops und Vergleichsplattformen halten Sie bei einer solchen Entwicklung (Händler und Dienstleister sehen sich mit wachsender Bedeutung des Voice Commerce gezwungen ihre Produkte über Amazon Alexa zu vermarkten) für denkbar?

**Frage 10:** Was könnte aus Ihrer Sicht helfen, um in einer solchen Situation (Händler und Dienstleister sehen sich mit wachsender Bedeutung des Voice Commerce gezwungen ihre Produkte über Amazon Alexa zu vermarkten) Risiken und Nachteile für Verbraucher:innen zu minimieren?

**Frage 11:** Die Europäische Kommission hat mit dem Digital Markets Act (DMA), dem Digital Services Act (DSA) und dem Artificial Intelligence Act (AIA) Verordnungsvorschläge für wettbewerbsfähige und faire Märkte, für digitale Dienste sowie für künstliche Intelligenz vorgelegt. Inwiefern sollten Sprachassistenten bei diesen europäischen Gesetzgebungsverfahren berücksichtigt werden? Sollten sie etwa explizit als "zentrale Plattformdienste" im DMA aufgeführt werden? Welchen konkreten Regelungsbedarf gibt es aus Ihrer Sicht?

**Frage 12:** Wie kann aus Ihrer Sicht künftig sichergestellt werden, dass sich Sprachassistenten bei ihren Empfehlungen primär an den Interessen der Verbraucher:innen und nicht an den Interessen der Unternehmen und Diensteanbieter ausrichten?

**Frage 13:** Welche Verfahren oder Maßnahmen wären aus Ihrer Sicht erforderlich, um künftig unabhängig zu überprüfen, dass sich die Empfehlungen von Sprachassistenten an Verbraucherinteressen orientieren?

**Frage 14:** Gibt es darüber hinaus noch etwas, was Sie dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) zum Thema dieser Befragung mitteilen möchten?

**Frage 15:** Sind Sie damit einverstanden, dass der vzbv bei einer Veröffentlichung von Befragungsergebnissen Ihren Namen und den Namen Ihrer Organisation in einer Übersicht aller Expert:innen nennt, die teilgenommen haben? In keinem Fall werden veröffentlichte Aussagen bestimmten Personen oder Organisationen zugeordnet.

Antwortoptionen:

- 1) Ja, ich bin einverstanden.
- 2) Nein, ich möchte anonym an der Befragung teilnehmen.

## Kontakt

Verbraucherzentrale  
Bundesverband e.V.

Team  
Marktbeobachtung Digitales

Rudi-Dutschke-Straße 17  
10969 Berlin

[mbdigitales@vzbv.de](mailto:mbdigitales@vzbv.de)