

PRESSEMITTEILUNG

Voice Commerce: Kunden gegenüber sprachgesteuerten Einkäufen positiv gestimmt

Consumer Barometer von IFH Köln und KPMG zeigt: preisgünstigere Produktkategorien des täglichen Bedarfs profitieren

Köln, Hamburg, 02. August 2018 – Bereits die Hälfte der Konsumenten nutzt heute im Alltag schon Sprachsteuerung über Smartphone oder Systeme wie Alexa, Google oder Siri. Jeder Zweite ist außerdem daran interessiert diese Technologie auch für den Einkauf einzusetzen (Voice Commerce), 11 Prozent nutzen diese Möglichkeit bereits. Das zeigen die neusten repräsentativen Ergebnisse des Consumer Barometers von IFH Köln und KPMG, für das 500 Konsumenten befragt wurden. Aus Konsumentensicht kommt die Nutzung der Sprachtechnologie insbesondere für die Informationssuche in preiswerteren Produktkategorien und für die Entdeckung neuer Marken in Frage. Das größte Interesse zur Nutzung von Voice Commerce besteht für die Warengruppen Consumer Electronics (60 Prozent) und Lebensmittel (54 Prozent).

Datenschutz und Vertrauen müssen stimmen

Die Befragten äußern aber auch Bedenken gegenüber Voice Commerce. So finden sechs von zehn Konsumenten beispielsweise Sprachsteuerung beim Einkaufen vergleichsweise unpraktisch, da sich Informationen auf einem Bildschirm besser erfassen ließen. Ebenso viele sind unsicher beim Ablauf des Bestellprozesses, und auch das Thema Datenschutz hemmt zumindest knapp 60 Prozent der Konsumenten bei der Nutzung solcher Systeme.

„Trotz der Bedenken hinsichtlich Praktikabilität, Datenschutz und Vertrauen erkennt die Mehrheit der Konsumenten Sprachsteuerung als relevantes Zukunftsthema an. Das Interesse an ersten Anwendungen ist da. Händler, die heute schon Sprachassistenten nutzen und Anwendungsmöglichkeiten testen, können beim Kunden Vertrauenspunkte sammeln und so den Weg ebnen für zukünftige Kaufabschlüsse über Sprachsteuerung“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln.

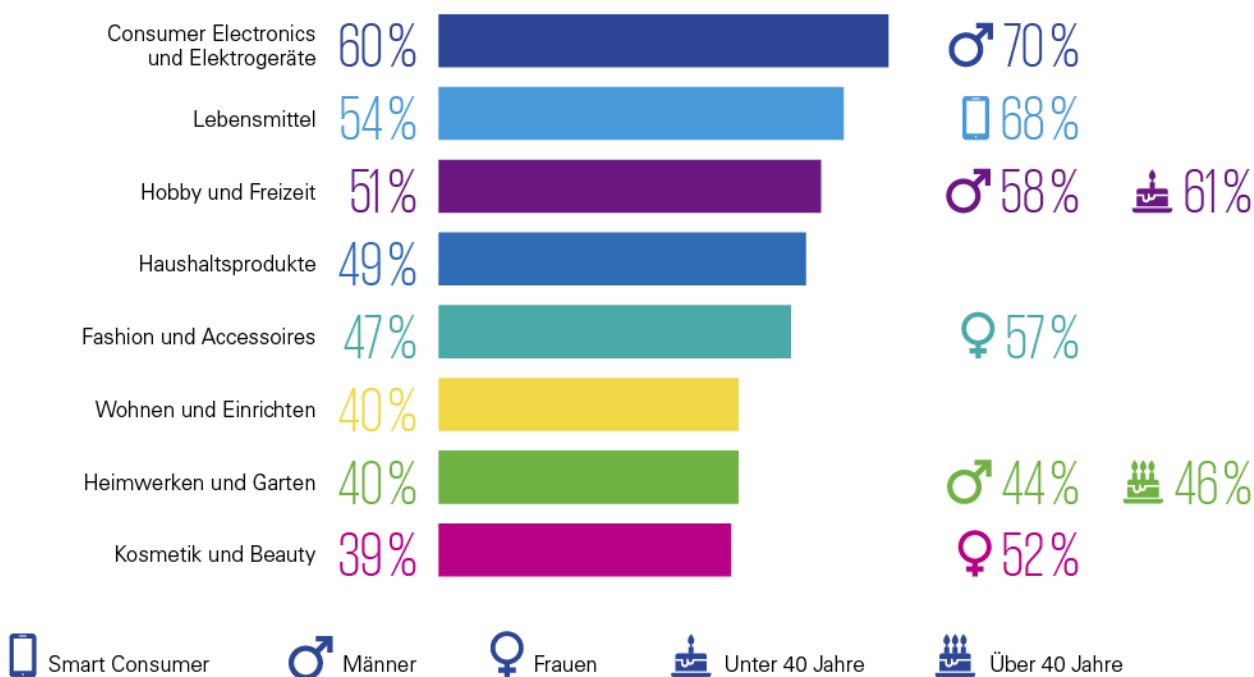
Über die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass Sprachsteuerung die manuelle Texteingabe in den nächsten Jahren an vielen Stellen ersetzen wird.

Mark Sievers, Head of Consumer Markets bei KPMG: „Die Bedenken dürften bei einer transparenten Kommunikation der Händler und auch durch Gewohnheitsänderungen der Konsumenten nach und nach verschwinden. Wir gehen davon aus, dass der Anteil von Voice Commerce am Handelsumsatz in den nächsten Jahren alleine schon durch die zunehmende Verbreitung der entsprechenden Sprachsteuerungssysteme stetig steigen wird. Diese Zeit können Unternehmen nutzen, um nun erste Versuche zu starten und ihre Anwendungen Schritt für Schritt weiterzuentwickeln.“

Wörter der Meldung: 342

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.590

Interesse an Voice Commerce besteht für alle Warengruppen – besonders aber für Elektronik und Lebensmittel sowie für die Produkte, die die Käufer ohnehin verhältnismäßig oft erwerben.



Quelle: KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/IFH Köln GmbH, 2018

Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 50 Prozent der Konsumenten setzen heute schon Sprachsteuerung über Smartphones oder andere Geräte ein.
- 11 Prozent nutzen bereits Voice Commerce; weitere 39 Prozent sind zumindest interessiert.
- 60 Prozent der Konsumenten interessieren sich insbesondere für den Einkauf von Elektrogeräten per Spracheingabe, gefolgt von Lebensmitteln mit 54 Prozent.
- Je 60 Prozent der Befragten finden Sprachsteuerung unpraktisch oder sind unsicher bezüglich des Bestellprozesses und Datenschutzes.
- 56 Prozent der Umfrageteilnehmer sind der Meinung, dass Sprachsteuerung die manuelle Texteingabe in den nächsten Jahren an vielen Stellen ersetzen wird.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über das Consumer Barometer

Auf Basis gemeinsamer Konsumentenbefragungen von KPMG und dem IFH Köln werden neueste Trends im Handel und Konsumentenverhalten analysiert. Im Fokus dieser Ausgabe steht das Thema Voice Commerce. Für die Kurzstudie wurden 500 Konsumenten repräsentativ online befragt. Ergänzend wurden für diese Ausgabe fünf Interviews mit Branchenvertretern geführt, um auch die Unternehmensperspektive und den derzeitigen Umsetzungsstand zu beleuchten. Die ausführlichen Ergebnisse können unter www.kpmg.de/consumerbarometer heruntergeladen werden – außerdem ist eine Anmeldung für den Newsletter möglich.

Über das IFH Köln

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Marke ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Pressekontakt

IFH Köln

Melanie Günther

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-23

E-Mail: m.guenther@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Über KPMG

KPMG ist ein Firmennetzwerk mit rund 200.000 Mitarbeitern in 154 Ländern und Territorien. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 10.700 Mitarbeitern an 25 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax, Consulting und Deal Advisory gegliedert. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Die Bereiche Consulting und Deal Advisory bündeln unser hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen.

Für wesentliche Branchen unserer Wirtschaft haben wir eine geschäftsbereichsübergreifende Spezialisierung vorgenommen. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei.

Pressekontakt

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Marita Reuter / Thomas Blees

Tel.: +49 (0) 30 20 68-11 18 /-14 08

E-Mail: mreuter@kpmg.com / tblees@kpmg.com

KPMG im Internet: www.kpmg.de