



### Wie kann der Handel am Geschäft mit Sprachsteuerung partizipieren?

Das fragte sich die Expertenrunde in Monheim (namentliche Auflistung der Teilnehmer unten\*)

## Sprachsteuerungsgipfel Teil 2

# »Für den Fachhandel liegt die Chance in der Dienstleistung«

Nach dem großen Erfolg in 2017 hat **CE-Markt** erneut zum Sprachsteuerungsgipfel geladen. Die Expertenrunde fand am 7. November wieder in Zusammenarbeit mit **Hama** in Monheim statt. Es ging um die Frage, wie der Handel das Geschäft mit Sprachsystemen gewinnbringend für sich entwickeln kann

**Seit** dem ersten Sprachsteuerungsgipfel vor einem Jahr hat sich einiges getan: Nach dem Start von Alexa hat die Konkurrenz von Google und Siri nachgezogen, immer mehr Skills und Applikationen sind verfügbar. Aber kann auch der Handel von digitalen Sprachassistenten profitieren? Ein Novum zur Expertenrunde: Weil er aus Termingründen verhindert war, nahm Amazon-Manager **Thorsten Held** per Live-Schaltung an der Diskussion teil – passenderweise über einen Echo Show.

Als Einführung zum Thema gab GfK-Vertreter **Christian Riedl** einen Überblick über die derzeitige Nutzung von Sprachsteuerung. Immer mehr Unterhaltungselektronik-Produkte haben Sprachassistenten integriert, vor allem Audio- und

TV-Geräte. Recht beliebt ist beispielsweise die Steuerung von Streaming-Diensten per Sprache. Es stellt sich also die Frage: Sind Voice-Systeme schon im Mainstream angekommen? »Das kommt ganz auf den Standpunkt an«, meint Riedl. »Ja, weil Millionen Android-Smartphones und iPhones über Sprachassistenten verfügen, ebenso verhält es sich bei Autoradios oder im PC-Bereich mit Microsoft Cortana. Wenn man aber Lautsprecher und CE-Produkte nimmt, dann ist die Sprachsteuerung noch nicht im Massenmarkt angekommen.«

Aus einer Konsumentenbefragung in den USA lässt sich ersehen, für was Voice Control vornehmlich eingesetzt wird. 47 Millionen nutzen Voice Interaction und AI Devices, was Christian Riedl als Indiz

wertet, dass die Verbreitung von Echo- und Google-Home-Geräten bereits recht weit fortgeschritten ist: »Ich persönlich gehe davon aus, dass es in Deutschland ähnlich aussieht.« Der Umfrage zufolge nutzen zwei Drittel die Sprachsteuerung zum Musikhören. Weitere Anwendungsszenarien: Fragen stellen, die Abfrage von News, Wetter und Verkehrsinfos sowie die Steuerung von Licht oder Thermostaten, was in Zukunft noch weiter zunehmen wird. Drei Viertel der Befragten finden sprachgesteuerte Konzepte im Smart Home ansprechend (\*\*). Außerdem zeigt sich, dass mehrheitlich jüngere Menschen die Sprachsteuerung nutzen – deutlich häufiger als ältere, für die Sprachassistenten eigentlich große Komforteerleichterungen bereithält. Auch wenn in Deutschland die generationenübergreifende Nutzung noch ausbaufähig ist, sieht die GfK große Potenziale in der Sprachsteuerung.

»Werden wir uns also in ein paar Jahren wundern, dass jemals Geräte ohne Sprachsteuerung verkauft wurden?«, fragt Moderator **Lutz Rossmeisl**. »Ich glaube tatsächlich daran, dass es in drei bis fünf Jahren im häuslichen Umfeld ganz selbstverständlich sein wird, ähnlich wie wir heutzutage googeln«, betont Hama-Vertriebsleiter **Maximilian Bartl**. »Sprachsteuerung ist einfach und intuitiv – und der nächste evolutionäre Schritt. Der Weg

\*) im Bild von links nach rechts: Teilnehmer am CE-Markt Sprachsteuerungsgipfel mit Hama | \*\*) Quelle: GfK Consumer Lifestyle 2018

- **Michael Warda**, Sales Director Retail eQ-3
- **Lutz Rossmeisl**, Herausgeber CE-Markt
- **Klaus Rottler**, Geschäftsführer Hellmann, Pangels & Co. in Weißenburg
- **Christian Riedl**, Director Market Insights und Client Solutions Central Europe GfK
- **Jochen Seitz**, Marktleiter expert Arndt in Donauwörth
- **Reinhard Otter**, Smart Home Experte und Redakteur *Das Intelligente Haus*

- **Peter Kellendonk**, 1st Chairman EEBUS Initiative
- **Maximilian Bartl**, Vertriebsleiter Fachhandel/ Fachmarkt Hama
- **Jürgen Hirschbeck**, Produktberatung Hama
- **Arndt Polifke**, Senior Director Market Insights Central Europe GfK
- **Christian Sokcevic**, Strategische Unternehmensentwicklung Hama

- **Roland Stehle**, PR-Manager gfu Consumer & Home Electronics
- **Jochen Helfrich**, Geschäftsführender Gesellschafter EP: Electro Helfrich in Viernheim
- **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer Jura

Teilgenommen per Live-Schaltung:

- **Thorsten Held**, Principal Business Development Amazon Alexa Voice Service

dahin ist zwar noch etwas steinig, weil der Umgang mit dieser Technik erst gelernt werden muss. Aber es wird funktionieren, davon bin ich zutiefst überzeugt. Auch wird die Technik für uns noch einige Dinge bereithalten, die weit über die heutige Nutzung hinausgehen und uns das Leben erleichtern.«

»Wir stehen noch relativ am Anfang der Entwicklung«, erklärt **Roland Stehle** von der gfu. »Es werden aber noch viele Dinge kommen, an die wir momentan noch gar nicht denken. Ich bin der Meinung, dass die Technologie mittlerweile richtige Fortschritte gemacht hat.«

»Speziell im Smart-Home-Bereich ist Sprachassistentz der einfachste Weg, um Geräte zu steuern«, sagt **Michael Warda**, Sales Director Retail bei eQ-3. »Trotzdem wird es in der Haussteuerung mittelfristig limitiert bleiben, da es Bereiche wie z.B. die Programmierung von Heizprofilen gibt, die im Falle von Homematic IP auch künftig über eine App erfolgen. Man kann den Kunden mit einem Homematic IP Starter Set zusammen mit Sprachsteuerung sehr gut zu Themen wie Heizungs-, Licht- oder Rollladensteuerung ansprechen. Wenn es aber um die Beratung und Installation von weiteren Komponenten geht, sollte der Fachhandel seine Kompetenz nutzen. Wir bei eQ-3 liefern Sortimente, die der Fachhandel mit Mehrwert verkaufen.«

»Sprachsteuerung hat eine große Zukunft, kommt in komplexen Systemen mit vielen Räumen und Anwendungen aber schnell an ihre Grenzen«, erläutert Smart-Home-Experte **Reinhard Otter**. »Bislang lassen sich nur vernetzte Smart-Living-Produkte einfach steuern, die eine klare Aufgabe erfüllen – etwa Philips Hue oder Sonos.« Aus seiner Sicht sei Sprachsteuerung bislang noch ein Showeffekt. Für den stationären Handel aber sieht Otter große Chancen, sich bei der Umsetzung komplexer Lösungen zu profilieren, indem Händler solche Produkte für Kunden konfigurieren oder installieren.

»Zur Nutzung von Alexa haben wir einige Erfahrungswerte«, bekräftigt Thorsten Held. »Es gibt natürlich auch Kunden, die kaufen sich das Gerät und stellen nach zwei bis drei Wochen fest: Das ist nichts für mich. Aber wenn der Einstieg in die neue Technologie gut begleitet wird und ein Haushalt die Vorzüge erkennt, dann wird das sprachgesteuerte System oftmals erweitert.« Um das Interesse zu steigern, müsse der Kunde besser aufgeklärt werden, was er mit Sprachsteuerung alles machen kann. Noch mehr interessante Anwendungsmöglichkeiten gebe es durch die Kombination von Sprache mit einem Display, wie beim Echo Show, oder im Zusammenspiel mit einem TV-Gerät.



**Smart Speaker**  
Hama Sirium 1400

»Die Sprachsteuerung ist zweifellos eine effektvolle Technologie und eine von mehreren möglichen Bedienungsschnittstellen«, sagt **Peter Kellendonk** von der EEBUS Initiative. »Entscheidender als die Unterstützung eines oder mehrerer proprietärer Sprachsteuerungssysteme ist jedoch, dass Geräte sich nachhaltig über existierende Standards vernetzen lassen – wie mit EEBUS im Bereich Energie. Für die Weiße Ware bedeutet dies beispielsweise: Neben der Möglichkeit, Sprachsteuerung einzubinden, sollte der Händler darauf achten, dass sich Geräte auch zukünftig energetisch mit anderen Systemen vernetzen lassen, die ebenfalls EEBUS unterstützen. Nur so entsteht für den Handel auf Dauer eine Chance auf Cross Selling.«

Wie werden Sprachsysteme im Handel eingesetzt? »Derzeit ist die Nachfrage noch sehr gering«, berichtet expert-Händler **Jochen Seitz**. »Wir fangen aber gerade an, Sprachprodukte im Shop aufzubauen. Als Fachhändler sind wir verpflichtet, solche Trends zu pushen. Allerdings haben wir es noch nicht geschafft, den tatsächlichen Mehrwert für uns und unsere Kunden zu finden. Ich bin noch auf der Suche.«

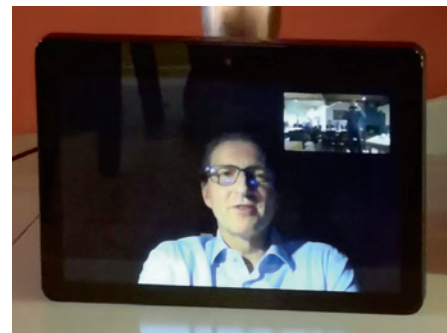
EP-Händler **Jochen Helfrich** pflichtet ihm bei: »Wir beraten gerne, müssen aber auch eine gewisse Marge erzielen.« Und Amazon Echo sei eben ein margschwaches Produkt.

»Für uns liegt die Chance in der Dienstleistung, beim Vermarkten, Erklären, Anschließen und Installieren. Das kann vielleicht auch zu einer Renaissance des kleineren Fachhändlers führen, der beraten und verkaufen kann.« Helfrich erwartet, dass sich die Sprachsteuerung in zwei bis fünf Jahren durchsetzen wird, so dass jedes Hausgerät diese WiFi-Smart-Funktion standardmäßig integriert hat.

»Außerhalb des Handybereichs geht Sprachsteuerung an uns vorbei«, unterstreicht Telering-Händler **Klaus Rottler**

und äußert seine Bedenken beim Datenschutz: »Ich gebe meine Daten preis und benötige ein Konto bei Amazon, um Musik abzuspielen. Die Nutzerdaten werden weitergegeben und Amazon kann dann direkt den Kunden ansprechen.« Entscheidend für sein Ladengeschäft im ländlichen Raum sei jedoch die schlechte Abdeckung mit Breitband-Internet. »Es steht und fällt mit dem Netz«, so Rottler.

»Die Sicherheitsbedenken sind unstrittig«, sagt Jura-Geschäftsführer **Horst Nikolaus**. Aber Voice Assistance sei nun einmal komfortabel. »Besonders junge Leute haben damit null Berührungsängste. Die Generation, die damit aufwächst, stellt sich die Frage nach Datenschutz gar nicht.« Dies seien die Kunden von morgen, die sich eines Tages dann auch ein Smart



**Zugeschaltet über Echo Show**  
Amazon-Manager Thorsten Held

Home einrichten werden. Auch wenn derzeit ein Einsatz in Kaffeemaschinen noch nicht ausgereift sei, so Nikolaus, »bin ich felsenfest von Sprachsteuerung überzeugt«. Er warnt davor, nicht zu spät auf diesen Zug zu steigen.

»Sprachsteuerung kann man auf einer Website nicht so gut darstellen, das lässt sich besser im Handel anwenden – beispielsweise mit einem Sirium-Lautsprecher von Hama, der zudem eine gute Marge abwirft«, erzählt Hama-Produktberater **Jürgen Hirschbeck**. »Nötig ist hierfür eine vernünftige Präsentation, mit der sich auch die smarte Lichtsteuerung zeigen lässt. Dazu braucht es einen Mitarbeiter, der das vorführen kann. Deswegen ist die Qualität des Verkäufers enorm wichtig.«

### »Den Weg der Sprachsteuerung mit Hama beschreiten«

»Ich möchte unsere Partner herzlich einladen, mit Hama den Weg der Sprachsteuerung als Einstieg in das Smart Living zu beschreiten«, betont Hama-Manager **Christian Sokcevic**. »Hama wird sein Produktsortiment in diese Richtung stark ausbauen und setzt darauf, den Fachhandel von Beginn an mitzunehmen.« Es gehe nicht nur um den Verkauf eines Smart Speakers, sondern darum, ein ganzes Ökosystem aufzubauen. »Kunden, die an das Thema herangeführt werden und eine gute Aufklärung bekommen, neigen auch zu Nachkäufen und zur Erweiterung des Systems«, sagt Sokcevic. »Wenn der Kunde einen Mehrwert im Fachhandel verspürt, geht er beim nächsten Mal auch wieder zu seinem Fachhändler und holt sich dort Lampe, Schalter oder Steckdose dazu. Und vielleicht ein Jahr später, wenn die Entwicklung vorangeschritten ist, eine Kaffeemaschine, Backofen oder Waschmaschine. Das entwickelt sich evolutionär.«

»Im Smart Living ist Komfort der Weg zum Erfolg«, bestätigt **Arndt Polifke** von der GfK. »Sprachsteuerung geht da in die richtige Richtung und macht das Leben bequemer. Der Fachhandel kann von Serviceleistungen wie Beratung und Installation solcher Systeme profitieren.«

»Die Sprachtechnologie ist da, der Ball ist im Spiel«, sagt Maximilian Bartl. »Die Frage ist: Mit welchem Einsatz geht ein Händler in dieses Spiel und mit welcher Strategie kommt er durch?«