

## PRESSEINFORMATION

23. August 2023

### Intelligente Assistenten im Haushalt: R2D2 oder C-3PO?

Mehrheit der Smart Speaker-Nutzer bevorzugt künstliche Helfer auf Rädern

**Sind Sprachassistenten wie Amazons Alexa, Google Nest & Co. die Vorstufe zu humanoiden Haushaltshelfern, wie wir sie aus Science-Fiction-Filmen kennen? In einer aktuellen Studie hat das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) das Nutzungsverhalten von Smart Speaker Usern in Deutschland, den USA und UK untersucht. Die Ergebnisse legen nahe, dass der Weg zu Robohelfern mit Gesichtern und Gliedmaßen ein weiter sein könnte. Viele User empfinden humanoide Designs à la C-3PO aus Star Wars (noch) als gruselig. Die Studie ermittelte außerdem die Wünsche zur Stimme der genutzten Sprachassistenten: Nicht einmal der Hälfte der Befragten gefällt die Tonalität der Standardstimme ihres Smart Speakers. In Deutschland sind es mit lediglich einem Drittel besonders wenige. Hier gibt es einen potenziellen Wettbewerbsvorteil für Anbieter, die dieses Manko adressieren.**

Wie werden die Smart Speaker von morgen aussehen und wie menschlich soll ein Home Assistant wirklich sein? Die Design-Optionen polarisieren. Ein humanoides Gesichts-Design finden in UK 34 Prozent der Befragten eher unheimlich, in Deutschland hingegen lediglich 20 Prozent. Bewegliche Augen, die einen ansehen, werden länderübergreifend etwas häufiger als unheimlich empfunden als humanoide Gesichter ohne Mimik. Geht es um die Bewegungsfähigkeit von Smart Speakern, bevorzugen die Befragten Räder gegenüber Gliedmaßen. Letztere, als allzu menschlich wirkende Optik, wird von fast 40 Prozent in UK sowie von nahezu 30 Prozent in Deutschland und in den USA als unheimlich eingestuft – und bei den Älteren Nutzern ist diese Reaktion besonders stark ausgeprägt.

Gleichzeitig findet aber auch fast die Hälfte der Befragten in Deutschland, 42 Prozent derjenigen in den USA und immerhin etwa ein Drittel in UK Smart Speaker mit menschenähnlichem Gesicht, beweglichen Augen und/oder räumlicher Beweglichkeit ganz attraktiv oder sogar wundervoll. Die Variante auf Rädern findet in allen Ländern den meisten Zuspruch – über 50 Prozent in den USA und Deutschland, gut 40 Prozent in UK. Insgesamt kann man sagen, dass ein rollender Roboter – ähnlich R2D2, dem rollenden und piepsenden Eimer aus Star Wars – besser ankommt als ein großer, humanoider, der auf Gliedmaßen herumläuft. „Bei allzu humanoidem Design der Assistenten steigt die Ablehnung. Vielleicht ist uns Technik, die sich auf Rollen bewegt, aus dem Alltag eher vertraut als Roboter mit Gliedmaßen, die einen mit dem Blick verfolgen. Letztere kennen wir eher aus Science-Fiction-Filmen wie I, Robot, Terminator oder Ex Machina – mit oft

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.  
*Gründer der GfK*

Steinstraße 21  
90419 Nürnberg

T + 49 911 951 51 - 983  
F + 49 911 376 77 - 872  
hello@nim.org

PRÄSIDIUM  
Ralf Klein-Bölting (Präsident)  
Dr. Martin Golücke  
Dr. Andreas Neus  
Prof. Dr. Raimund Wildner  
(Vizepräsidenten)

GESCHÄFTSFÜHRUNG  
Dr. Andreas Neus

VORSITZENDER DES  
GESELLSCHAFTERRATS  
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665  
Amtsgericht Nürnberg  
USt-ID DE133548208

eher unangenehmen Folgen für die Menschen“, vermutet Andreas Neus, Geschäftsführer beim NIM.

### **Stimm-Design der Zukunft**

Im Gegensatz zum Erscheinungsbild, kann die Stimme ihrer Smart Speaker den Befragten gar nicht menschlich genug sein. Ein blecherner Klang, als wäre es ein Roboter in einem alten Science-Fiction-Film? Als Stimme eines Smart Speakers undenkbar. „Es gibt noch viel Verbesserungspotenzial bei der Stimme der Sprachassistenten. Nicht einmal der Hälfte unserer Befragten gefällt die Tonalität der Standardstimme so wie sie ist“, sagt Neus. In Deutschland sind es mit lediglich einem Drittel besonders wenige. Generell sind jüngere Smart Speaker-Nutzer in allen drei Ländern unzufriedener mit den stimmlichen Qualitäten als ältere. So sind lediglich 26 Prozent der 18- bis 29-Jährigen in Deutschland mit dem Stimmenklang ihres digitalen Assistenten zufrieden. In den USA sind es immerhin 41 Prozent.

### **Am liebsten soll der Smart Speaker wie ein Promi klingen**

In allen Ländern wünschen sich mindestens sieben von zehn Befragten, dass sie andere Stimmen zur Auswahl hätten – am liebsten eine ganze Menge. Die Stimme einer öffentlich bekannten Person ist mit leichtem Vorsprung oberste Option auf der Wunschliste, gefolgt von einer selbst konfigurierten Stimme. „Während sich unsere Befragten beim Thema Design mehrheitlich für die Variante R2D2 entscheiden würden – also nicht zu menschlich – soll die Stimme selbst noch deutlich menschlicher werden. Hier soll es im Zweifel lieber ein Promi oder der eigene Ehemann bzw. die eigene Ehefrau sein“, fasst Neus zusammen.

**Über die Studie:** Das NIM hat jeweils rund 1.100 Personen in Deutschland, UK und den USA mittels Online-Interviews befragt. Zielpersonen waren die Besitzer von Smart Speakern mit Voice Assistants im eigenen Haushalt, die diese aktiv nutzen.

### **Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.**

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit-Institut zur Erforschung von Konsum- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis untersucht das NIM, wie sich Entscheidungen von Verbrauchern und Unternehmensentscheidern angesichts neuer technologischer und gesellschaftlicher Trends verändern und zu welchen Folgen das führt. Das NIM generiert aus seiner Forschung neue und relevante Erkenntnisse, wie Menschen bessere Entscheidungen in Märkten treffen können.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE. Weitere Informationen unter [www.nim.org](http://www.nim.org) und auf [Twitter](#) und [LinkedIn](#).

### **Bei Fragen und für weitere Informationen zur Presseinformation wenden Sie sich bitte an:**

Tobias Biró  
Research Communication  
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.  
*Gründer der GfK*  
T: +49 911 951519-98 / E: [tobias.biro@nim.org](mailto:tobias.biro@nim.org)

### **V.i.S.d.P.**

Sandra Lades  
Head of Communication & Events  
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.  
*Gründer der GfK*  
Steinstr. 21 / 90419 Nürnberg  
T: +49 911 951519-89 / E: [sandra.lades@nim.org](mailto:sandra.lades@nim.org)