



02.12.2020 14:09 CET

Smart Speaker im Marketing

Studie beleuchtet Einsatz von Smart Speakern im Marketing - Bayernwerk würdigt Marcel Krenz und seine Arbeit mit dem Kulturpreis Bayern

Regensburg. „Alexa, bestelle Pizza“ – so oder so ähnlich setzen viele Menschen schon heute Einkaufsprozesse per Voice Commerce in Gang. Immer mehr Haushalte verfügen über so genannte Smart Speaker, also intelligente Lautsprecher mit eingebauten Sprachassistenten. Das eröffnet neue Möglichkeiten im Marketing. Im Rahmen seiner Masterarbeit im Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt hat Marcel Krenz untersucht, welche Möglichkeiten und Grenzen es bei der Einbindung von Smart Speakern im Marketing es gibt. Für seine Arbeit hat Marcel Krenz jetzt den Kulturpreis Bayern der Bayernwerk AG (Bayernwerk) erhalten. Er ist einer von 33 Absolventinnen und Absolventen staatlicher

bayerischer Hochschulen und Universitäten, die am 12. November im Rahmen einer Übertragung per Livestream durch Bayernwerk-Vorstand Reimund Gotzel und den Bayerischen Staatsminister für Wissenschaft und Kunst Bernd Sibler geehrt wurden. „Die ausgezeichneten Wissenschaftler geben dem Freistaat wertvolle Impulse. Sie erweitern unseren Horizont und schärfen unser Bewusstsein für gesellschaftliche Zusammenhänge. Sie festigen Bayerns Rolle als bedeutender Kunst- und Wissenschaftsstandort“, hob Reimund Gotzel, Vorstandsvorsitzender des Bayernwerks, die Leistung der Preisträgerinnen und Preisträger in der Sparte Wissenschaft hervor. Dotiert ist der Preis jeweils mit 2.000 Euro.

Marketing mit Smart Speakern

Smart Speaker sind mit jährlichen Wachstumsraten von über 50 Prozent die sich unter den Smart-Home-Geräten am schnellsten verbreitenden Produkte. „Die einfache Bedienung durch Sprache, dem natürlichsten Kommunikationsmittel der Menschheit, macht sie so beliebt. Aus diesem Grund nehmen sie auch im Marketing eine immer wichtigere Rolle ein“, sagt Marcel Krenz. In seiner Masterarbeit untersucht der 30-Jährige, welche Anwendungsbereiche für Marken durch den Einsatz von intelligenten Lautsprechern in den einzelnen Phasen der Customer Journey existieren und welche Möglichkeiten und Grenzen sich hieraus für Marken ergeben. Dafür hat er Interviews mit 14 Experten geführt und diese zu Einschätzungen und Zukunftschancen von Smart Speakern befragt. Aus den Ergebnissen hat er ein Modell entwickelt, welches die Anwendungsbereiche für Marken bei einem Einsatz von Smart Speakern in den einzelnen Phasen der Customer Journey analysiert. Marcel Krenz identifiziert sechs Anwendungsbereiche: Audio Branding (akustische Markenführung), Voice Commerce (Einkaufen via Sprachbefehl), Voice Search (Sprachsuche), Werbung, Kundenservice und Programmiererweiterungen. Mithilfe dieser Anwendungsbereiche können sich Marken vom Wettbewerb differenzieren. Trotz vielseitiger Chancen kristallisiert sich jedoch heraus, dass beim Einsatz von Smart Speakern für Marken auch Grenzen zu berücksichtigen sind. Beim Anwendungsbereich Voice Search muss es Markenartiklern trotz intransparenter Suchalgorithmen gelingen, in den obersten Suchergebnissen zu landen, um nicht unterzugehen. Die Analyse zeigt, dass starke und bekannte Marken beim Voice Commerce einen Vorteil haben, da diese in den Köpfen der Konsumenten präsent sind und so eher genannt werden als generische, leicht austauschbare Marken. Zudem eignet sich das Einkaufen per Sprache primär für einfache und günstige Produkte. Außerdem halten einige potenzielle Nutzer die intelligenten Lautsprecher aus Datenschutzgründen für nicht

vertrauenswürdig. Doch gerade Vertrauen ist bei der Markenbindung ein entscheidender Faktor. Deshalb plädieren die Experten für Aufklärungsarbeit und eine klare Rechtslage, um das Vertrauen in Smart Speaker zu stärken.

Traditionsreicher Preis

Seit mehr als 60 Jahren würdigt das Bayernwerk Erfolge in Wissenschaft und Kunst, seit 2005 verleiht es in Partnerschaft mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst den Kulturpreis Bayern. Er geht auf den Kulturpreis Ostbayern zurück, der erstmals im Jahr 1959 verliehen wurde. Der Kulturpreis Bayern in der Sparte Kunst und der Sonderpreis sind mit jeweils 5.000 Euro dotiert, der Preis in der Sparte Wissenschaft mit je 2.000 Euro. Kulturpreisträgerinnen und Kulturpreisträger sind in diesem Jahr die Künstlerinnen Regina Hellwig-Schmid und Carolina Camilla Kreuzsch, der Schauspieler und Regisseur Arnd Rühlmann, die Opernsängerin Christa Mayer und die Schriftstellerin Michaela Karl. Den traditionellen Sonderpreis, den Bayerns Kunst- und Wissenschaftsminister Bernd Sibler verleiht, erhielt in diesem Jahr die Dirigentin, Pianistin und Generalmusikdirektorin Joana Mallwitz. Die 5 Ausgezeichneten in der Sparte Kunst wählt eine Fachjury aus, während die 33 Preisträgerinnen und Preisträger der bayerischen Hochschulen und Universitäten von ihrer jeweiligen Institution benannt werden. Alle Preisträgerinnen und Preisträger erhalten außerdem den vom Schwandorfer Bildhauer Peter Mayer geschaffenen „Gedankenblitz“.

Auf der Webseite www.bayernwerk.de/kulturpreis2020 finden Sie eine Aufzeichnung des Livestreams sowie alle Pressemitteilungen, Fotomaterial und Videoporträts zu den ausgezeichneten Künstlerinnen und Künstlern, Wissenschaftspreisträgerinnen und Wissenschaftspreisträgern sowie der Sonderpreisträgerin Joana Mallwitz.

Haben Sie Interesse an einem Interview oder persönlichen Gespräch mit einer Preisträgerin oder einem Preisträger? Gern vermitteln wir Ihnen auf Wunsch den direkten Kontakt.

Kurzprofil Bayernwerk AG:

Die Bayernwerk AG steuert die Unternehmen der Bayernwerk-Gruppe. Diese kümmern sich um Kundenlösungen, moderne und sichere Energienetze,

Elektromobilität, dezentrale Energieerzeugung oder die Trinkwasserversorgung und Abwasserentsorgung. Die Bayernwerk-Gruppe unterstützt die Menschen in Bayern bei der Energiewende vor Ort und fördert die Wirtschaftskraft und Lebensqualität in den bayerischen Regionen.

Sitz der Bayernwerk AG ist Regensburg. Das Unternehmen ist eine 100-prozentige Tochter des E.ON-Konzerns.

Kontaktpersonen



Maximilian Zängl

Pressekontakt

Leiter Kommunikation

Pressesprecher Bayernwerk AG

maximilian.zaengl@bayernwerk.de

+49 941-201-7820

+49 179-1389827