

Zwischen Fremdsteuerung und Selbststeuerung im Voice Commerce

Der Umgang älterer VerbraucherInnen mit digitalen Sprachassistenten

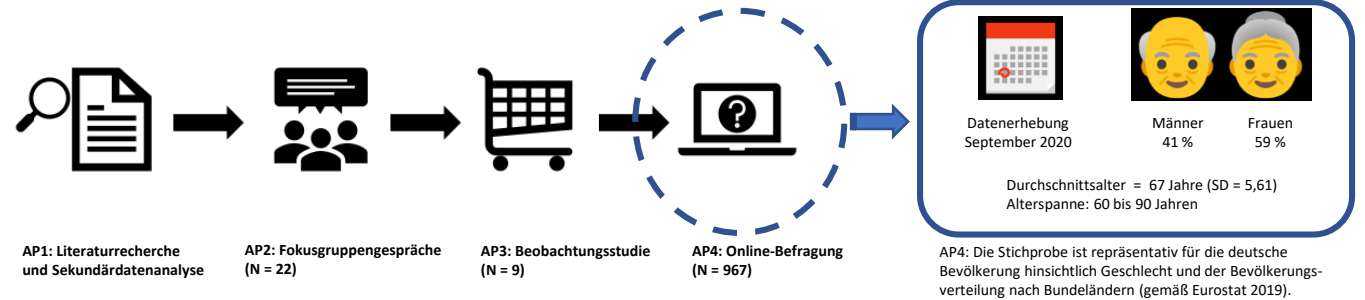
Motivation

Es liegen bisher keine Erkenntnisse darüber vor, wie ältere VerbraucherInnen digitale Sprachassistenten für Online-Shopping nutzen und an welcher Stelle sich hieraus Gefahren, a auch Chancen für diese entwickeln.

Im Fokus steht daher die Entwicklung von ordnungspolitischen Maßnahmen und kompetenzfördernden Tools, um ältere VerbraucherInnen im Umgang mit digitalen Sprachassistenten, insbesondere beim Online-Shopping und täglichen Konsum, zu unterstützen.



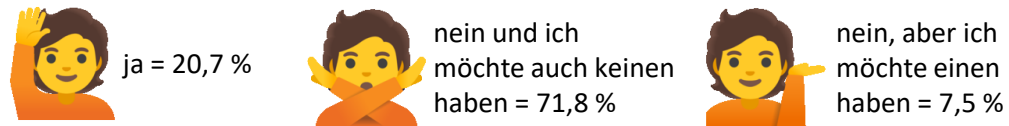
Methodik und Stichprobe



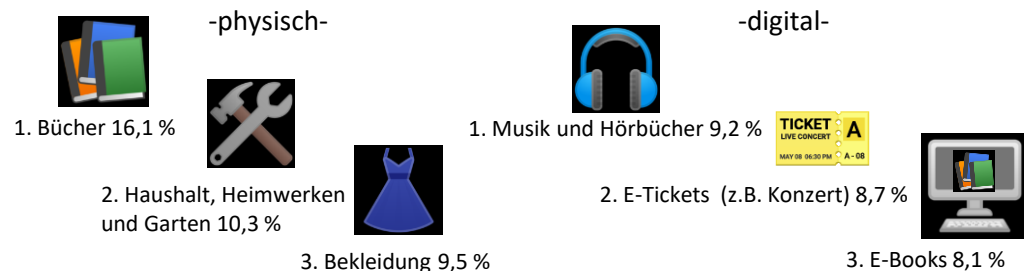
Ergebnisse

Nutzungs- und Konsumverhalten von VerbraucherInnen Ü60

Fragestellung: Besitzen Sie einen digitalen Sprachassistenten?



Top 3 der meistgekauften oder potenziell vorstellbare zukünftige Produkte über digitale Sprachassistenten:



Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Studien

Stärkste Einflüsse auf die wahrgenommene Kontrolle und den wahrgenommenen Nutzen beim Online-Shopping mit digitalen Sprachassistenten:

- Aspekte der Funktionalität (v.a. Informationsgehalt, Produktanschaulichkeit) → Wichtigstes Kriterium!
- Aspekte des Verbraucherschutzes (v.a. Vertrauenswürdigkeit)
- Aspekte der Einstellung (v.a. Produktinvolvement, Produktoffenheit)
- Aspekte der Kontrolle und Beeinflussbarkeit (v.a. eigene Kontrolleinstellung, Beeinflussbarkeit durch andere)

Empfehlungen für Händler, Politik und Verbraucherschutz

- Alters- und seniorengerechte Anpassungen (z.B. in der Kommunikation)
- Beratungs- und Helpdesks, Erklärvideos
- Unabhängige Gütesiegel
- Händler-Zertifizierungen
- Festlegung allgemeiner Händler- und Produktkriterien
- Integration von digitalen Sprachassistenten in lokale Verkaufsräume (z.B. als Infopoint)
- Angepasste Datenschutzgesetzgebung
- Informationelle Selbstbestimmung
- Bürgerwerkstätten
- Gesetze für die „Lernfähigkeit“ von Maschinen