



KOMMUNIKATION

Das perfekte E-Mail
Der Autor Justin Kerr erklärt, wie gute E-Mails die Karriere beflügeln. Seite 26

Management



«Alexa, bring mir mehr Umsatz»

Technik Digitale Assistenten wie Alexa, Siri und Google Home revolutionieren das Produktmarketing.

CONSTANTIN GILLIES

Das Gerät ist unscheinbar, schwarz, etwa halb so hoch wie eine Kaffeekanne. Lebendig wird es erst, wenn man es beim Namen nennt: Alexa. Dann beginnt der Rand des Geräts blau zu flackern und es ist bereit, mit seinem Besitzer zu sprechen. Fragt man «Brauche ich heute einen Regenschirm?» oder «Wie hat der FC Basel gespielt?», so sagt eine sympathische Frauenstimme die Antwort durch. Alexa kann aber noch mehr: Sie dreht auf Zuruf die Heizung hoch, spielt den neuesten Song von Ed Sheeran oder nimmt Internetbestellungen entgegen. Erschaffen wurde sie vor zwei Jahren vom Internetkonzern Amazon (er nennt den digitalen Erledigungsdienst «Echo»). Nach einem zaghaften Marktstart entwickelt sich das Gerät langsam zu einem Hit. Laut Amazon haben sich «Millionen» von Menschen die digitale Assistentin in ihr Heim gestellt. Für sie ist Alexa ein unentbehrlicher Lebens- und vor allem Shopping-Helfer geworden.

Das lässt Marketingprofis aufhorchen. Denn wenn die Menschen ihre Einkäufe künftig nur noch ihrem digitalen Assistenten zurufen, ändert sich auch ihr Job. Dann bedeutet Marketing auch: die Maschinen verführen.

Experten sind von den Möglichkeiten, die Alexa und Co. schaffen, geradezu elektrisiert. «Die digitalen Assistenten stellen alles auf den Kopf. Das wird wie der Umstieg vom gedruckten Katalog zum Internet», sagt Holger Neckenbürger von der Digitalagentur Namics in Zürich, die Firmen wie Victorinox oder UBS unterstützt. Unternehmen müssten Produkte künftig so präsentieren, dass sie für die künstliche Intelligenz verständlich sind. Viele Kunden hätten das Thema schon auf dem

Schirm, so Neckenbürger. «Digitale Assistenten bieten eine grosse Chance, näher an den Kunden zu rücken», findet auch Andreas Widmer, Schweizer CEO der globalen Werbeagentur Y&R.

Der digitale Butler wird gecoacht

Die ersten Unternehmen versuchen schon, sich mit Alexa gut zu stellen. Amazon bietet ihnen die Möglichkeit an, ihre Produkte beim Assistenzprogramm bekannt zu machen – über einen sogenannten Skill (Fähigkeit). Das ist ein kleines Stück Software, mit dem Alexa quasi neues Wissen implantiert wird. Die Berliner Verkehrsbetriebe etwa haben ihren Fahr-

Firmen müssen sich mit den Sprachassistenten gut stellen – und ihnen Wissen über ihr Produkt beibringen.

plan als Skill eingespeist, sodass Alexa auf Nachfrage immer sagen kann, wann die nächste U-Bahn abfährt. Philips lässt seine WLAN-fähigen Glühbirnen von der Sprachassistentin steuern. Und wer in Deutschland sagt «Ruf mir ein Taxi», bekommt vom Service My Taxi ein Fahrzeug vor die Haustür geschickt. Einen Skill beizusteuern ist nicht nur kostenlos – die Unternehmen bekommen sogar eine Gutschrift in der Höhe von 100 Dollar. Damit verfolgt Amazon die gleiche Strategie, mit der auch Apple sein iPhone gross gemacht hat: Sorge für möglichst viele Anwendungen, dann werden die Leute das Gerät kaufen.

Alexa ist natürlich nicht die einzige ihrer Art. Google bietet ein ähnliches Gerät namens Assistant an, und wer ein iPhone hat, kann seine Wünsche schon lange Siri mitteilen (bei der Konkurrenz von Samsung heisst der Helfer Bixby). Die

Möglichkeit, mit einem Gerät zu sprechen, kommt an: 59 Prozent aller Handybesitzer verwenden die Sprachsuchfunktion, so eine aktuelle Studie des deutschen IT-Verbandes Bitkom; bei den Jugendlichen sind es sogar 70 Prozent. «Wir sind mit einer neuen Generation von Nutzern konfrontiert, die kaum noch eine Tastatur benutzen», sagt Thomas Lang, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Carpathia in Zürich, die für zahlreiche Detailhändler und Industrieunternehmen tätig ist. Website-Betreiber haben sich längst darauf eingestellt, dass die Menschen lieber sprechen, anstatt zu tippen. Sie achten zum Beispiel darauf, dass im Seitentext möglichst viele Fragen vorkommen, die Nutzer stellen könnten – also zum Beispiel Sätze wie «Was kostet ein Flug von Zürich nach London?». Das ist neu. Früher nämlich lautete die Vorgabe, in eine Website nur einzelne Suchwörter wie «Flug», «Zürich» und «London» einzubauen. Aber wer heute über das Internet Kunden gewinnen will, der muss eben das Wohlwollen ihrer digitalen Butler gewinnen. Und die bevorzugten Anbieter, welche die Wünsche der Kunden wortwörtlich erfüllen.

So praktisch die elektronischen Helfer auch sein mögen, ihr Vormarsch birgt ein Risiko für Unternehmen. «Alexa und Siri entwickeln sich zu den ultimativen Gatekeepern», sagt Experte Lang. Also zu Torwächtern, die den Weg zum Kunden bewachen. Sie entscheiden, was er sieht und welche Informationen über sein Verhalten zurückfliessen. Die digitalen Assistenten allein regeln künftig den Kontakt zum Kunden – und das bedeutet viel Macht für ihre Schöpfer. Zu viel, finden Experten. «Ich mache mir Sorgen, dass in Zukunft nur noch Amazon oder Google das grosse Bild des Kunden haben könnten», sagt Marketingprofi Widmer. Experte Neckenbürger teilt diese Bedenken: «Es könnte

Was ist Alexa Skills?

► **Software** Alexa Skills beschreibt eine Software, mit der der Sprachassistent von Amazon neues Wissen implantiert bekommt.

► **Aufwand** Firmen sind gezwungen, den digitalen Sprach-Butlern Wissen über das Produkt, das sie verkaufen wollen, mit solcher Software beizubringen, um Kunden empfohlen zu werden.

schwerer werden, zu den relevanten Nutzern durchzukommen.» Wer wissen will, wie mächtig digitale Torwächter sein können, braucht sich nur den Markt für Internetsuche heute anzusehen. Er besteht im Prinzip aus einem einzigen Anbieter – Google. Und Unternehmen, die nicht auf seiner Ergebnisliste auftauchen, existieren quasi nicht. Ähnlich könnte es in Zukunft mit den digitalen Assistenten sein: Wen Alexa nicht kennt, der macht keinen Umsatz.

Ultimativer Gatekeeper

Aus Nutzersicht hat die Technologie ebenfalls einen Haken: Sie dringt tief in die Privatsphäre ein. Damit Alexa jeden Wunsch von den Lippen ablesen kann, muss sie nämlich ständig zuhören und aufpassen, ob ihr Name fällt. Die eingebauten Mikrofone registrieren alles, was in der Umgebung gesprochen wird. Natürlich kann der Nutzer das Mikrofon abschalten oder vergangene Anfragen löschen, doch wirklich Sinn ergibt es nur, das System konstant angeschaltet zu las-

sen. Dass diese Dauerüberwachung Risiken birgt, zeigt ein aktueller Fall aus dem US-Bundesstaat Arkansas: Dort zwang ein Gericht unlängst Amazon dazu, die Alexa-Aufzeichnungen eines Kunden herauszugeben, in dessen Haus sich ein Mord ereignet hatte. Eine Ehefrau kann nicht gezwungen werden, gegen ihren Mann auszusagen – die digitale Haushaltshilfe schon. Gerade in Europa dürfte die Dauerüberwachung für Unbehagen sorgen. Doch das wird vermutlich vergehen. «Wenn der Nutzen gross genug ist, vergessen die Leute ihre Bedenken», meint Widmer. Dass die meisten Menschen kein Problem damit haben, einen Milliardenkonzern in ihr Heim horchen zu lassen, zeigen die Kundenstimmen zu Alexa im Internet. 54 000 Rezensionen sind auf der Amazon-Seite zusammengekommen, die meisten davon glühende Lobeshymnen. Die Menschen mögen die digitale Assistentin nicht nur, sie lieben sie. In einem von vielen Kunden als «nützlich» eingestuftem Kommentar heisst es, Alexa sei «der perfekte Ehepartner».

Natürlich ist das physische Gerät Alexa, das man sich ins Wohnzimmer stellt, nur ein Anfang. Volkswagen, Ford und Volvo haben angekündigt, die digitale Verkaufshelferin von Amazon in ihre Fahrzeuge einzubauen. Sie und ihre Kolleginnen von Google und Apple werden bald überall sein und den Menschen ihre Wünsche von den Lippen ablesen. Wer im Jahr 2050 eine TV-Serie von heute schaut und sieht, wie ein Darsteller mit seinem Finger auf einem Display heruntippt, denkt vermutlich «Wie altmodisch!». «Das wird Ihnen so prähistorisch vorkommen wie das SMS-Tippen über eine Nummertastatur – und das ist gerade einmal zehn Jahre her!», sagt Digitalexperte Lang und lacht. Er denkt sogar noch weiter. «Der nächste Schritt wird sein, dass die digitalen Assistenten unsere Gedanken lesen.»