

# Mit Empathie und Mitgefühl zu besserer User Experience?

*Ein neuer Ansatz für die Verbesserung von Nutzungserlebnissen.*

Ingo Waclawczyk  
Capgemini

Die weltweite Nutzung des Internet ist im vergangenen Jahr auf neue Rekordzahlen gestiegen. Laut einer aktuellen Studie von Contentsquare gab es im November 2021 mit weltweit 4,8 Milliarden Online-Benutzersitzungen pro Monat einen neuen Höchstwert. Aber ist die Nutzung der digitalen Anwendungen für die Nutzer auch zufriedenstellend? Wenn man sich folgende Zahl anschaut, ist die Antwort (zumindest für den wichtigen Bereich E-Commerce) eindeutig: 85% der Menschen sind mit ihrem Online-Einkaufserlebnis unzufrieden.

Die Online-Nutzung ist weltweit also auf hohem Niveau und gleichzeitig ist eine deutliche Mehrheit der Nutzer mit ihrer Erfahrung bei der Online-Nutzung unzufrieden. Diese Beobachtung führt mich zu folgenden Hypothesen:

- Könnte es sein, dass der oben beschriebene Befund auf ein grundlegendes Problem in der Kommunikation zwischen Mensch und (digitaler) Maschine hinweist?
- Könnte es sein, dass diese große Unzufriedenheit der Nutzer auch daran liegt, dass die digitalen Anwendungen von den Anbietern vor allem als technisches Produkt - und nicht als kommunikatives Produkt - verstanden und entwickelt werden?
- Und: Könnte es sein, dass eine neue Perspektive auf Digitalisierung helfen könnte, damit sich die Kommunikation zwischen Mensch und Maschine verbessert und die Nutzer zufriedener mit ihrem Online-Erlebnis sind?

Ein Begriff, der immer wieder genannt wird, wenn es darum geht, etwas "menschlicher" zu gestalten, ist "Empathie". Tatsächlich ist Empathie grundsätzlich prima und kann eine Quelle der Freude und der Freundlichkeit gegenüber einzelnen sein.

Aber: es gibt auch Eigenschaften von Empathie, die wenig hilfreich sind, wenn es um gelingende Kommunikation

*Veröffentlicht durch die Gesellschaft für Informatik e.V. und die German UPA e.V. 2022*

*in E. Ludewig, T. Jackstädt & J. Hinze (Hrsg.): Mensch und Computer 2022 – Usability Professionals, 04.-07. September 2022, Darmstadt*

© 2022 Copyright bei den Autoren.

<https://doi.org/10.18420/muc2022-up-406>

geht. Der amerikanische Psychologe Paul Bloom hat in seinem Buch "Against Empathy" den aktuellen Stand der Forschung zusammengetragen und zahlreiche Beispiele genannt, warum Empathie problematisch sein kann:

- Der Hilfsbedürftige sieht das Spiegelbild seines Leidens, aber keine nachhaltige Lösung.
- Empathie kann beim Helfer zu emotionalen Stress führen (Was sich in der Covid Pandemie gut beobachten ließ).
- Empathie ist befangen, voreingenommen, parteiisch und kann zu moralisch fragwürdigen Entscheidungen führen.
- Menschen treffen Entscheidungen auf Basis ihrer eigenen Sicht auf die Dinge und sind dabei beeinflusst von externen Impulsen, die nicht konstant sind.
- Die Entscheidungen fallen daher immer anders aus. Man glaubt dabei rational zu handeln, handelt in Wirklichkeit aber irrational.

Das Fazit von Paul Bloom lautet: die negativen Eigenschaften von Empathie überwiegen die positiven. Als ich diese fundamentale Kritik an Empathie zum ersten Mal gehört hatte (Auf dem Peter Drucker Forum 2018 in Wien, vorgetragen von Rasmus Hougaard, Managing Director von Potential Project) war ich sehr überrascht und habe mich gefragt, was denn die Alternative sein könnte. Die Antwort der Experten lautet: Mitgefühl.

Denn im Unterschied zu Empathie geht es bei Mitgefühl unter anderem um:

- Ein eher distanziertes Gefühl der Liebe, Freundlichkeit und Sorge für andere
- Der Hilfsbedürftige erlebt dabei das Gegenteil seines Leidens (z.B. statt Panik: Ruhe oder bei Traurigkeit ein freundliches Wort).
- Im Gegensatz zu Empathie bedeutet Mitgefühl nicht, das Leiden des anderen zu teilen.
- Mitgefühl ist geprägt von einem Gefühl von Wärme, Interesse und Zuwendung für andere und einer starken Motivation, das Wohlbefinden anderer zu verbessern.
- Hilfe auf Basis von Mitgefühl ist gut für einen selbst und gut für andere.
- Mitgefühl ist fühlen *für* andere, nicht fühlen *mit* anderen.

Das interessante ist: Durch Forschungsergebnisse von führenden Neurowissenschaftlern wie Tanja Singer zeigt sich eindeutig, dass Empathie und Mitgefühl in unterschiedlichen Regionen des Gehirns stattfinden und klar voneinander unterscheidbar sind. Diese Differenzierung ist sehr wichtig, denn bisher werden beide Begriffe oft wie Synonyme verwendet, die das gleiche bedeuten.

Die Ergebnisse der Wissenschaftler lauten:

- Empathie findet in Gehirnregionen statt, in denen auch Schmerz empfunden wird.
- Empathie wird oft als Mitgefühl missverstanden und kann zum Burnout führen.
- Mitgefühl findet in Gehirnregionen statt, in denen auch Zugehörigkeit und Liebe empfunden werden.
- Mitgefühl kann die Zuwendung zu anderen erhöhen und ist trainierbar - vor allem durch die Praxis der Meditation.

Auch wenn die Forschung zu diesem Thema erst anfängt und längst noch nicht abgeschlossen ist, kommen die Forscher zu dieser Aussage: "(Das Forschungsergebnis) ... eröffnet viele Möglichkeiten für die gezielte Entwicklung von adaptiven sozialen Emotionen und Motivationen, die besonders vorteilhaft sein können für die Beschäftigten in helfenden Berufen oder in stressigen Umgebungen im Allgemeinen."

Empathie und Mitgefühl haben also offenbar einen großen Einfluss auf die Interaktion zwischen Menschen. Haben sie auch Einfluss auf die Interaktion zwischen Menschen und Maschinen, also auf die User Experience? Den Antworten auf diese Frage haben wir uns mit einem interaktiven Experiment im Rahmen des 20. UX Meetup Metropole Ruhr der German UPA im Januar 2020 angenähert.

Die grundlegende Fragestellung für das Experiment lautete: Könnte es sein, dass ein automatisierter Dialog, der Empathie oder Mitgefühl ausdrückt, besser nutzbar ist als ein rein funktionaler Dialog?

Als Testobjekt haben wir einen Chatbot erstellt, mit dem die Nutzer einen Konferenzraum reservieren und buchen können.

Dazu haben wir drei Varianten entwickelt:

- Einen „Technischen“ (mit einer funktionalen Sprache)
- Einen „Empathischen“ (eine Art „Assistent“)
- Einen „Mitfühlenden“ (mit einer sehr entspannten Sprache)

Für die Durchführung des Experiments wurden die ca. 50 Teilnehmer der Veranstaltung in drei Testgruppen aufgeteilt. Jede Gruppe testete die drei Chatbots in unterschiedlicher Reihenfolge, um möglichst vergleichbare Ergebnisse zu erhalten.

Damit die Teilnehmer mit jedem der drei Chatbots die gleiche Aufgabe erledigen, wurde im Experiment ein konkretes Szenario vorgegeben. Den Teilnehmern wurde eine Persona, der konkrete Nutzungskontext und die Aufgabe vorgestellt. Die Aufgabe lautete: Buche einen Konferenzraum zu einem bestimmten Termin, für eine bestimmte Anzahl von Gästen und für einen bestimmten Zweck.

Die Persona nutzt in dem Szenario den Chatbot zum ersten Mal. Für das Testen der drei Chatbots wurde ein Zeitrahmen von 15 Minuten vorgesehen.

Die Nutzung der Chatbots wurde quantitativ sowie durch eine qualitative Nachbefragung begleitet. Die Ergebnisse wurden in Echtzeit ausgewertet und als Teil des Experiments mit den Teilnehmern diskutiert.

Interessantes Ergebnis der Umfrage: 91% der Teilnehmer haben bei der Nutzung der drei Chatbots Unterschiede bemerkt

Auf die Frage, welche Unterschiede sie bemerkt haben, antworteten die Teilnehmer unter anderem:

- Der technische Bot war schön kurz und knackig, wurde aber auch als unsympathisch und unhöflich empfunden.
- Der "Assistent" hat mir die besten Informationen gegeben.
- Der mitfühlende Bot hat mich im Gegensatz zu den anderen am besten durch den Prozess geführt, wurde aber auch als übertrieben freundlich empfunden. Außerdem benötigt man lange Zeit zum Lesen der Texte.

Nach der Zufriedenheit bei der Nutzung gefragt haben die Teilnehmer folgendes geantwortet:

- 40% der Teilnehmer fanden den technischen Chatbot am einfachsten nutzbar
- 36% der Teilnehmer fanden den empathischen Chatbot am einfachsten nutzbar
- 24% der Teilnehmer fanden den mitfühlenden Chatbot am einfachsten nutzbar

In Summe fanden also fast zwei Drittel der Nutzer die beiden neuen Chatbots am einfachsten zu nutzen.

Die Ergebnisse des Experiments lassen sich so zusammenfassen:

Der „technische“ Chatbot wurde von den Teilnehmern als effizient, schnell und kurz beurteilt. Auf der anderen Seite wurde er auch als unhöflich und unsympathisch wahrgenommen.

Der „empathische“ Chatbot führt die Teilnehmer am schnellsten zum Ziel und hat ihnen die besten Informationen gegeben.

Der „mitfühlende“ Chatbot wurde als der Höflichste und Netteste empfunden, der auch am besten durch den Prozess geführt hat. Auf der anderen Seite wurden die Texte als zu lang und als übertrieben wahrgenommen.

Empathie und Mitgefühl werden von den Nutzern offensichtlich deutlich wahrgenommen und können tatsächlich zu einer besseren User Experience führen („Hat mich gut durch den Prozess geführt, fühlte mich an die Hand genommen, hat gute Informationen gegeben“). In Bezug auf die Ausgangsfrage („Könnte es sein, dass ein automatisierter Dialog, der Empathie oder Mitgefühl ausdrückt, besser nutzbar ist als ein rein funktionaler Dialog?“) zeigen die Ergebnisse des Experiments: Mit Empathie und Mitgefühl stehen neben einer funktionalen Ansprache weitere Kommunikations-Methoden zur Verfügung, um – abhängig vom Kontext und der spezifischen Aufgabe – eine bessere User-Experience zu erreichen.

Ein konkretes Anwendungsbeispiel, bei denen die Erkenntnisse aus dem Experiment angewendet werden könnten: Die Benennung von komplexen Online-Prozessen (wie z.B. Formularstrecken), bei denen es nicht auf die Schnelligkeit der Nutzung, sondern eher auf die vollständige Erledigung der Aufgabe ankommt. Auf jeden Fall wird es in der Zukunft interessant sein zu beobachten, ob sich Empathie und Mitgefühl als Methoden der Kommunikation in digitalen Anwendungen etablieren können und ob sich der Wert der Zufriedenheit der Nutzer positiv verändern wird.