

Alexa: Etwas Gutes für mich!

Wie das Bistum Essen mit dem Amazon-Lautsprecher neue Zielgruppen erreichen will. *Von Simon Wiggen*

Abstract Mit Beginn der Fastenzeit 2019 veröffentlichte das Bistum Essen seinen ersten eigenen Alexa-Skill, also eine Art App für den smarten Lautsprecher Alexa von Amazon. Dieser Skill ermöglicht es den Nutzer_innen, sich passend zur eigenen aktuellen Gemütslage Beiträge der Radiosendung „Kirche in 1Live“ vorspielen zu lassen. Mit dem Skill „Etwas Gutes für mich“ sollen die Nutzer_innen mit einem guten Gefühl den smarten Lautsprecher nutzen und sich danach hoffentlich etwas besser fühlen. Das erste Fazit fällt positiv aus. Auch, weil das Angebot Menschen anspricht, die keine Berührungspunkte mit der Seelsorge in Pfarreien und Gemeinden haben.

Menschen lassen sich wie selbstverständlich von Sprachassistenten wie Alexa oder Siri die Wettbewerbsränge für den Heimatort präsentieren, die aktuellen Nachrichten vorlesen oder Schritt für Schritt dabei begleiten, ein neues Rezept in der Küche auszuprobieren. Der smarte Lautsprecher Alexa aus dem Hause Amazon findet den Weg in immer mehr Wohnungen in Deutschland. Mittlerweile nutzt fast jeder dritte Deutsche laut aktueller ARD/ZDF-Onlinestudie einen Sprachassistenten – dabei liegt Amazons „Alexa“ vor Googles „Assistant“ aber noch nach Apples „Siri“ (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2019, S. 13). Leider veröffentlicht Amazon keine Nutzungszahlen oder Verkaufszahlen für Deutschland. Die Technik der Sprachassistenten wird in immer mehr Geräten verwendet, nicht nur in Smartphones und smarten Lautsprechern, sondern längst in Uhren, Mikrowellen und sogar Autos. Der Steuerung von elektronischen Geräten mit der Stimme wird nach Meinung vieler Expert_innen die Zukunft gehören. Das Bistum Essen hat

Simon Wiggen ist seit 2013 Redakteur für Interne Kommunikation und Social Media in der Stabsabteilung Kommunikation im Bistum Essen.

sich – trotz aller datenschutzrechtlichen Bedenken – bewusst für die Amazon-Sprachassistentin Alexa entschieden, da dort die technischen Grundlagen für externe Anbieter ausgelegt sind. Dass sich im Skill-Store von Amazon eine eigene Rubrik für den Bereich „Religiöses“ findet, ist ein klarer Beleg dafür, dass Alexa-Nutzer_innen auch auf der Suche nach religiösen und spirituellen Inhalten sind. Ein Blick in diese Kategorie zeigt jedoch schnell, dass hier noch viel Luft nach oben ist und ein fundiertes und gutes Angebot fehlt. Diese Lücke will der Skill „Etwas Gutes für mich“ schließen.

Das Besondere an diesem Skill

Seit vielen Jahren ist die katholische Kirche sowohl im Fernsehen wie auch im Radio mit eigenen Verkündigungsformaten präsent. Zielgruppengerecht werden Inhalte beispielsweise in Nordrhein-Westfalen für die Hörer der verschiedenen Wellen des Westdeutschen Rundfunks (WDR) aufbereitet und zu festen Zeitpunkten am Tag gesendet. Bei der Entwicklung des Skills

hat das Bistum Essen ausschließlich Texte der Sendung „Kirche in 1Live“ vom „jüngsten“ Sender des WDR verwendet. Ein wichtiger Faktor für den Erfolg oder Misserfolgs eines einzelnen Impulses ist es, ob die Intention und die Aussage des Texts für den aktuellen

Gemütszustand des Hörers – dem Zero Moment of Truth – passend ist. Ist der/die Hörer_in beispielsweise gerade fröhlich, hört dann aber einen Beitrag, der über einen schweren Schicksalsschlag berichtet, ist die Chance, dass ihn dieser Impuls wirklich anspricht, deutlich geringer, als wenn es einen Impuls gegeben hätte, der seine fröhliche Stimmung aufgreift und vielleicht sogar noch verstärkt. An genau diesem Manövren der klassischen Verkündigungsformate setzt der Skill „Etwas Gutes für mich“ an. Denn durch die Möglichkeit des Dialoges mit Alexa kann der Skill die Gemütslage der Nutzer_innen erfassen und so einen auf sie passenden Impuls heraussuchen. So kann sich der Skill über zwei bis drei Nachfragen dem aktuellen „Zero Moment of Truth“ der Nutzer_innen nähern und aus einem Pool von Impulsen den passendsten heraussuchen. Die Nutzer_innen sollen das Gefühl haben, verstanden worden zu sein und so dem Impuls gegenüber viel offener sein. Die Chance einer erneuten Nutzung des Skills steigt.

Um das positive Gefühl noch zu verstärken, werden die Impulse nicht durch die technisch klingende Stimme des smarten

Lautsprechers vorgelesen, sondern als Audiodatei abgespielt. Die Impulse wurden im Vorfeld durch eine auf die Zielgruppe passende Sprecherin eingesprochen. Die Ansprache und die Nutzerführung auf dem Weg zum passenden Impuls erfolgt durch die Alexa-Stimme.

Wie der Skill funktioniert

Nach einer ersten Begrüßung werden die Nutzer_innen in die Funktionsweisen des Skills eingeführt. Man hat zwei Optionen. So kann man sich einerseits einen Impuls vorlesen lassen, der per Zufall aus dem gesamten Pool der Impulse ausgewählt wird. Hierbei ist im Vorfeld definiert worden, welche Impulse nur an einem bestimmten (Feier-)Tag abgespielt werden sollen. Der Impuls zu Allerheiligen wird beispielsweise dann auch ausschließlich an Allerheiligen ausgespielt. Diese Variante kommt der Radioverkündigung sehr nahe und ist sehr unspezifisch. Der Vorteil im Gegensatz zum Radio: Die Nutzer_innen können den Impuls dann hören, wenn sie es möchten – und nicht zum vorhergesehenen Sendeplatz im Radio. Mit einem smarten Lautsprecher können sich Nutzer_innen den Impuls aber auch an ihre aktuelle Gefühlslage anpassen. Dafür fragt Alexa, wie sie sich gerade fühlen. Dies geschieht in zwei Schritten, damit eine möglichst passgenaue Auswahl des Impulses stattfindet. Fühlt sich ein Mensch zum Beispiel zufrieden und dankbar, wird ihm ein Impuls abgespielt, der genau das zum Thema macht. Die Technik des Skills sorgt zudem immer dafür, dass identische Impulse nie in kurzer Zeit hintereinander abgespielt werden.

Damit die Impulse auch passgenau abgespielt werden, ist es wichtig, in der Datenbank mit den richtigen Schlagworten zu arbeiten, die auch vom Publikum genannt werden. Die Datenbank ist in Kategorien und Schlagworte aufgeteilt. Die Kategorien bilden die erste Ebene der Zuordnung der Impulse nach Gefühlen:

- ▶ Verlust
- ▶ Traurigkeit
- ▶ Ärger
- ▶ Angst
- ▶ Gleichgültigkeit
- ▶ Körper
- ▶ Liebe
- ▶ Glaube
- ▶ Glück
- ▶ Hoffnung

Jeder der 150 Impulse, die der Skill bislang kennt, ist in eine dieser Kategorien eingeordnet. Zu diesen Kategorien gehören mehr als 200 verschiedene Schlagworte, zum Beispiel klassische Gemütsäußerungen wie „glücklich“, „traurig“ oder „zornig“, aber auch Beschreibungen des körperlichen Zustandes wie „müde“ oder „wach“. Diese Schlagworte sind allesamt Antworten auf die Frage „Wie fühlst du dich?“.

Typischer Ablauf einer „Unterhaltung“ mit dem Skill „Etwas Gutes für mich“

Nutzer_in: „Alexa, öffne etwas Gutes für mich!“

Alexa: „Hallo, möchtest Du etwas Gutes passend zu deiner jetzigen Stimmung hören, dann sage zum Beispiel ‚Ich fühle mich glücklich‘. Oder möchtest Du einfach so etwas Gutes hören, dann sage einfach: ‚Einfach so‘.“

Nutzer_in: „Ich fühle mich erleichtert.“

Alexa: „Okay, ich habe das hier für dich gefunden:“ (*Alexa spielt nun einen 90-sekündigen Impuls ab.*)

Alexa: „Möchtest Du jetzt noch etwas Gutes passend zu deiner Stimmung hören, dann sage zum Beispiel ‚Ich fühle glücklich‘.“

Nutzer_in: „Nein, danke.“

Alexa: „Okay, dir noch einen schönen Tag!“

Ziele und Zielgruppe

Ziel des Skills ist es, Alexa-Nutzer_innen im wahrsten Wort Sinn „etwas Gutes zu tun“. Man soll sich nach dem Anhören eines Impulses (noch) besser fühlen, zum Nachdenken angeregt werden oder einen Vorsatz für sich selbst mitnehmen. Der Skill soll keineswegs klassische Seelsorge mit Gesprächen zwischen Menschen ersetzen, sondern soll ein zusätzliches Angebot darstellen. Das Bistum Essen will mit dem Skill „Etwas Gutes für mich“ nicht alle Alexa-Nutzer_innen erreichen, sondern hat eine deutlich kleinere, aber klarer umgrenzte Zielgruppe definiert, die die katholische Kirche sonst nur mit wenigen Angeboten erreicht. Angesprochen werden sollen Erwachsene mit einem Bedürfnis nach Spiritualität und Religiosität: Erwachsene im Alter von 20

bis 50 Jahren, Erwachsene, die nicht regelmäßig in die Kirche gehen sowie Erwachsene, die auch sonst keine oder wenig Angebote der Kirche wahrnehmen, aber trotzdem Kirchensteuerzahler sind. Inwiefern der Skill nach gut einem Jahr im Betrieb diese Zielgruppe auch erreicht, kann bislang nicht belegt werden, da Amazon keinerlei Nutzerdaten an die Betreiber eines Skills weitergibt. Die einzigen statistischen Daten, die Amazon freigibt, sind die Anzahl der Nutzer_innen und die absolute Nutzungshäufigkeit des Skills.

Amazon wird oft – und sicher nicht zu Unrecht – vorgeworfen, übermäßig viele Daten zu sammeln und für geschäftliche Zwecke zu nutzen. Dieser Problematik war man sich im Bistum Essen von Anfang an bewusst und hat sich aus verschiedenen Gründen trotzdem für diesen Sprachassistenten entschieden. Hintergrund der Entscheidung war vor allem die technische Realisierbarkeit des Skills und die hohe Verbreitung der Alexa-Geräte. Alle statistischen Daten, die das Bistum Essen einsehen kann, sind durch Amazon vollkommen anonymisiert, so dass keinerlei Rückschlüsse auf einzelne Nutzer_innen gezogen werden können. Die für den Skill verantwortliche Pressestelle im Bistum Essen ist sich bewusst, dass Nutzer_innen durch den Skill den Amazon-Servern mitteilen, wie sie sich aktuell fühlen und somit sehr sensible Daten weitergegeben werden (auf die das Bistum nicht zugreifen kann). Der Alexa-Manager Philipp Berger sagt zu solchen Daten:

„Wir benutzen keine Kundenäußerungen, um Produkte auf der Basis ihres gegenwärtigen Gefühlszustands zu empfehlen. Allerdings ist es uns jedoch wichtig, dass Alexa unseren Kunden die einfühlsamsten und sichersten Antworten entgegnet, wenn heikle Fragen gestellt werden. [...] In der Realität äußern viele ihre Gefühle jedoch direkt zu Alexa: ‚Alexa, ich bin traurig‘, ‚Alexa, ich liebe dich‘. [...] Gerade die sehr traurigen und deprimierten Gefühlsäußerungen nehmen wir sehr ernst und arbeiten mit Kriseninterventionsteams, Seelsorgern und Rechtsberatungen zusammen, wie man am besten auf solche Äußerungen reagiert“ (Berger/Wulf 2018).

Zwischenbilanz und Aussicht

Ein Blick in die Statistiken des Alexa-Skills „Etwas Gutes für mich“ zeigt, dass die innovative Abspielart der Verkündigungssendung (nämlich nicht per Zufall, sondern nach eigener Gemütslage) nicht im Fokus des Publikums steht. Lediglich die Hälfte der Nutzer_innen nennt im Dialog mit dem Skill tatsäch-

lich die aktuelle Gemütslage und bekommt dann einen passenden Impuls vorgespielt. Genauso häufig wird die Zufallsfunktion (wie sie mit dem Radioformat der Verkündigungssendung vergleichbar ist) ausgewählt. Die Stärke des Skills wird also nur in der Hälfte der Fälle genutzt.

Außerdem hat sich in den ersten zehn Monaten des Skills gezeigt, dass es bezüglich der Nutzungszahlen noch deutlich Luft nach oben gibt. Ob das mit dem eher geringen Bekanntheitsgrad des Skills zu tun hat oder mit der Passgenauigkeit und der Qualität der angespielten Impulse, kann ohne eine qualitative Erhebung nur gemutmaßt werden. Ausgeschlossen werden kann, dass die Nutzer_innen mit der Bedienung des Skills nicht zureckkommen. Laut Statistik werden so gut wie gar keine Dialoge abgebrochen, keine Dialoge laufen ins Leere und auch die Hilfefunktion wird nicht verwendet.

Damit der Skill weiter und öfter genutzt wird, muss er einerseits bekannter werden. Anderseits muss der Skill auch für die bestehende Nutzerschaft immer wieder etwas Neues bieten. Der Skill kann nach einer längeren Testphase im Livebetrieb weiter an die Bedürfnisse der User angepasst und vor allem deutlich erweitert werden: Die Anzahl der hinterlegten Impulse soll nicht bei den anfänglichen 150 Impulsen bleiben, sondern weiter erhöht werden, damit die Nutzer_innen keine Wiederholungen bekommen und immer wieder neue, aktuelle Impulse hören. Die Zusammenarbeit mit Verkündigungssendungen in anderen Diözesen ist ein denkbares Ziel des Projekts nach der längeren Testphase. Wichtig ist dabei aber, dass der inhaltliche, formale und ästhetische Anspruch der Zielgruppe im Fokus bleibt und nicht aufgeweicht wird. Denn: Nur, wenn das Publikum Impulse für den Tag, für eigenes Empfinden bekommt, wird der Skill weiter und intensiver genutzt.

Literatur

- ARD/ZDF-Onlinestudie (2019): Ergebnisse. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/Ergebnispräsentation_ARD_ZDF_Onlinestudie_PUBLIKATION_extern.pdf.
- Berger, Philipp/Wulf, David (2018): Amazon spricht über Alexa und Datenschutz. *Amazon Interview zu Alexa Hacking, Datenschutz und Ethik mit Dr. Philipp Berger, Country Manager Amazon Alexa*. In: *home&smart* vom 18.12. <https://www.homeandsmart.de/alexas-daten-schutz-interview-amazon>.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 11.1.2020.