



## Empathy Challenge B1

Ich kann mit anderen Menschen mitfühlen.

Entrepreneurial Culture



### Empathiekarte

In der Wirtschaft spielt Empathie eine wichtige Rolle, wie die Beispiele Nike und LEGO zeigen. Wer die Gefühls- und Gedankenwelt der Zielgruppe erfasst, hat mehr Aussicht auf Erfolg. Um das zu ergründen, zeichnen die Jugendlichen mithilfe eines Fragenkatalogs eine Empathiekarte zu einer eigenen Idee.

## Materialien für Schüler/innen

# You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges Programm

basierend auf dem TRIO-Modell für Entrepreneurship – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Core Entrepreneurial Education				Entrepreneurial Culture						Entrepreneurial Civic Education	
	Idea Challenge		Hero Challenge		Empathy Challenge		Storytelling Challenge		Buddy Challenge		My Community Challenge
	My Personal Challenge		Lemonade Stand Challenge		Perspectives Challenge		Trash Value Challenge		Open Door Challenge		Volunteer Challenge
	Real Market Challenge		Start Your Project Challenge		Extreme Challenge		Be A YES Challenge		Expert Challenge		Debate Challenge

Das TRIO-Modell ist eine ganzheitliche Definition von Entrepreneurship, die drei Bereiche umfasst:

**Core Entrepreneurial Education** bezeichnet die Basisqualifikation unternehmerischen Denkens und Handelns: eigene innovative Ideen entwickeln und sie kreativ und strukturiert umsetzen.

**Entrepreneurial Culture** steht für Persönlichkeitsentwicklung: eigeninitiativ sein, an sich glauben, empathisch und teamfähig agieren sowie sich und anderen Mut machen.

**Entrepreneurial Civic Education** bedeutet die Stärkung der Sozialkompetenz als Staatsbürger/in: Verantwortung für sich, andere und die Umwelt übernehmen.

Jede Challenge gehört zu einer **Challenge-Familie**, die durch ein eigenes Piktogramm charakterisiert wird und farblich einem der TRIO-Bereiche zugeordnet ist. Eine Challenge-Familie umfasst mehrere Challenges auf verschiedenen Kompetenzniveaus. Die in den Unterrichtsmaterialien verwendeten Bezeichnungen stehen für folgende Niveaus:

A1 – Primarstufe; A2 – Sekundarstufe I; B1 und B2 - Sekundarstufe II; C1 – Schnittstelle Sekundarstufe II zu Tertiärstufe. Das jeweils nächste Niveau baut auf dem vorigen auf.



# Arbeitsblatt 1

## Keine Angst vor den Kundinnen und Kunden

In vielen Geschäftsmodellen wird ausführlich über das Produkt und seine Umsetzung geschrieben. Die Angaben über die Kundin/den Kunden bleiben häufig allgemein, etwas vage oder es wird großzügig geschrieben, dass eigentlich eine jede Person eine Kundin oder ein Kunde sein kann.

Manchmal könnte man meinen, dass es gar nicht auf die Kundin/den Kunden ankommt, sondern allein auf das Produkt. Viele Ideenentwickler/innen gehen scheinbar davon aus, dass ihr Produkt so gut ist, dass es schon gekauft wird. Kundinnen und Kunden sind allerdings keine abstrakten Wesen, sondern kaufen ein Produkt oder eine Dienstleistung, weil damit ein Problem gelöst oder eine bestimmte Aufgabe erfüllt wird. Es ist daher wichtig, herauszubekommen, welchen Nutzen die Kundinnen und Kunden von dem Produkt bzw. der Dienstleistung haben.

### Empathie ist gefragt

Empathie ist gefordert. Der griechische Begriff *empathia* (von *em-* „in“ + *pathos* „Gefühl“) ist die Fähigkeit, die Gefühle anderer Menschen zu verstehen und zu teilen. Empathie bedeutet, sich in die Gedanken, Gefühle und Bedürfnisse einfühlen zu können. Empathie ermöglicht somit eine Perspektivenübernahme (vgl. Krznaric 2008, S. 10f., Goleman 1998, S. 137f.). Ohne diese emotionale Intelligenz sind Unternehmen nicht in der Lage, neue Wege und Lösungen zu finden, die für ihre Kundinnen und Kunden interessant sind. Empathie ist somit auch der Schlüssel, um auf dem Markt besser als die Konkurrenz zu sein.

### Praxisbeispiel: Nike lebt Sport

Die Firmenzentrale von Nike ähnelt einem College-Campus – ohne die langweiligen Hörsäle, aber mit viel mehr Sportstätten. Die Mitarbeiter/innen treiben auch in ihrer Arbeitszeit Sport, damit sie verstehen, wie mit ihren Produkten sportliche Erfolge – für Profis und Amateure – unterstützt werden können. (vgl. Patnaik/Mortensen 2009, S. 165ff.).

### Empathie für die Kundin/den Kunden entwickeln

Wie kann diese emotionale Fähigkeit entwickelt werden? Wie kann Empathie eine Grundhaltung für unser tägliches Leben werden? Für Roman Krznaric (vgl. 2012, S. 1f.) ist die Offenheit gegenüber anderen und das Zuhören zentral. Wer anderen Menschen zuhört, öffnet sich für deren Perspektiven und entwickelt Empathie.

### Praxisbeispiel: Was hat LEGO von seinen Kundinnen und Kunden gelernt?

In den 1980er und den 1990er Jahren expandierte die LEGO-Gruppe. Es wurden neue Produkte, wie Computerspiele, Action-Figuren und Fernsehsendungen auf den Markt gebracht, die das Unternehmen von seinem berühmten Kerngeschäft – den Kunststoffsteinen – entfernte. Am Beginn des 21. Jahrhunderts hatte die LEGO-Gruppe mit Rückgängen auf wichtigen Märkten zu kämpfen. Als eines der zentralen Probleme stellte sich heraus, dass die Kinder die neuen Designs einiger Produkte nicht mochten.



Im Jahr 2004 startete der neue CEO Jørgen Vig Knudstorp einen „back to basics“-Ansatz. Er gab einige der neuen Produkte ab und kehrte zum Kernprodukt zurück: zu den Kunststoffsteinen. Er sprach zentrale Fragen an: Warum gibt es LEGO? Was macht LEGO einzigartig? Welchen Nutzen stiftet LEGO für die Kundinnen und Kunden?

Um dies herauszufinden, war Empathie gefordert. LEGO führte zwei umfangreiche Empathie-Studien in den Kernmärkten Europa, USA und Asien durch. In der ersten Studie untersuchten sie die Gefühlswelt von Kindern. Was sind deren Lieblingsspielsachen? Wie, wo und warum spielen Kinder? Gibt es international betrachtet unterschiedliche Spielstile?

Die zweite Studie widmete sich der begeisterten Kundinnen- und Kundengruppe der LEGO-Fans. Die Forscher/innen beobachteten und interviewten deutsche, dänische und US-amerikanische LEGO-Fans und dokumentierten deren Praktiken sowie die Art und Weise, wie die LEGO-Gruppe mit ihnen interagiert.

Die Ergebnisse beider Studien wurden vom Management der LEGO-Gruppe als Entscheidungsgrundlage genutzt. Heute hat LEGO seine Identität wiedergefunden und seinen Spitzenplatz in der Branche wieder eingenommen.

Viele Menschen reden mit anderen, hören aber nicht wirklich zu. Zentrales Ziel ist es, eine Zweiwege-Kommunikation zu erreichen, wofür eine Empathie für die Kundin/den Kunden entwickelt werden muss.

### Einsatz der Empathiekarte

Eine gute Möglichkeit, sich in andere Personen hineinzusetzen, bietet die Empathiekarte nach Scott Matthews (vgl. Gray/Brown/Macanuso 2010, S. 65f.; Osterwalder/Pigneur 2010, S. 133 ff.) am Beispiel „Kundinnen und Kunden“.

Zeichnen Sie eine Empathiekarte auf eine Flipchart und wählen Sie ein mögliches Kundinnen- und Kundensegment aus. Heften Sie Post-its mit Schlagworten dazu, die sich mit den folgenden Fragen auseinandersetzen:

- **Was sieht die Kundin/der Kunde?** Wie sieht ihr/sein Lebensumfeld aus? Welche Freundinnen und Freunde hat sie/er und welches Selbstbild vermitteln diese? Was bietet der Markt für diese Kundinnen und Kunden schon heute an?
- **Was hört die Kundin/der Kunde?** Was sagen Familie und Freundeskreis? Was sagen Kolleginnen und Kollegen sowie Vorgesetzte? Was vermitteln ihr/ihm die Medien, die sie/er nutzt?
- **Was denkt und fühlt die Kundin/der Kunde?** Was ist ihr/ihm wichtig? Was sind ihre/seine Hauptbeschäftigungen? Welche Ansprüche hat sie/er? Welche Denkweisen hat sie/er?
- **Was sagt die Kundin/der Kunde?** Was erzählt sie/er anderen? Welche Einstellungen und Sichtweisen bringt sie/er zum Ausdruck?
- **Welche negativen Dinge beschäftigen die Kundin/den Kunden?** Welche Risiken und Ängste beschäftigen sie/ihn? Welche Vorbehalte hat sie/er?
- **Welche positiven Dinge beschäftigen die Kundin/den Kunden?** Welche Wünsche sind ihr/ihm wichtig? Welche hat sie/er sich schon erfüllt? Was macht ihr/ihm Freude? Wovon möchte sie/er noch mehr haben? Was möchte sie/er noch erreichen?

## Empathy Challenge B1

You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges



Die Bearbeitung der Fragen ist am Anfang manchmal etwas holprig, entwickelt aber üblicherweise schnell eine positive Eigendynamik. Die Ergebnisse der Empathiekarte sind zumeist beeindruckend. Es ist normal, dass eine solche Session unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgeführt wird, um getroffene Annahmen zu überprüfen. Ein Gespräch mit Vertreterinnen und Vertretern der gewählten Kundinnen- und Kundengruppe kann helfen, viele Fragen zu beantworten. Es ist sinnvoll, das Verfahren mit anderen Personen durchzuführen und zu wiederholen, bis Sie den Nutzen Ihres Angebotes für die Kundinnen und Kunden wirklich kennen. Durch die Auseinandersetzung mit den Fragen der Empathiekarte entstehen Bilder von ganz konkreten Menschen in ganz konkreten Lebensumständen. Zunächst oftmals abstrakte Kundinnen und Kunden bekommen ein konkretes Gesicht.

Diese Übung zeigt, wie einfach die Empathie gegenüber Kundinnen und Kunden entwickelt werden kann. Diese Bindungen zu den Kundinnen und Kunden muss jede Ideenentwicklerin und jeder Ideenentwickler aber auch pflegen. Das Feedback der Kundinnen und Kunden treibt Ideen und Organisationen voran.

Ein zentraler Teil der Entwicklung von Empathie ist Respekt, damit der Perspektivenwechsel zur Sichtweise einer anderen Person gelingt. Eine alte Indianerweisheit bringt dies wie folgt zum Ausdruck: „Wenn du einen Menschen verstehen willst, solltest du einige Meilen in seinen Mokassins gehen.“



# Arbeitsblatt 2

## Erklärung der Aufgaben

### Beschreibung

Während der vergangenen Wochen haben Sie in kleinen Gruppen zusammengearbeitet, um potenzielle Kundinnen und Kunden für Ihre neue Geschäftsidee zu finden und zu identifizieren. Es ist aufregend, eine potenzielle Zielgruppe für Ihre Ideen zu entdecken, da dies zeigt, dass Ihr Geschäftsmodell das Potenzial zum langfristigen Erfolg hat. Bis Sie genau die richtige Zielgruppe gefunden haben und Ihr Produkt an diesen potenziellen Kundinnen und Kunden testen können, werden Sie aber viele „Versuche und Fehlschläge“ brauchen. Entscheidend ist letztlich, wie gut Sie Ihre Kundinnen und Kunden kennen und sich in sie hineinversetzen können. Die Empathiekarte ist ein wichtiges Hilfsmittel, um sich in die Gedanken- und Gefühlswelt des potenziellen Kundinnen- und Kundensegments hineinzudenken, damit Sie mit Ihrem Geschäftsmodell Erfolg haben können.

### Aufgaben und Voraussetzungen für die Präsentation

Sie werden in Gruppen eingeteilt und sollen eine Empathiekarte entwickeln und präsentieren. Ihre Lehrkraft wird Sie anhand der folgenden Kriterien bewerten:

1. Eine kurze Vorstellung Ihrer Geschäftsidee: Erklären Sie uns, wie die Idee entstanden ist.
2. Eine inhaltliche Präsentation: Führen Sie uns durch Ihre Empathiekarte (anhand der Schlüsselfragen).
3. Eine kurze Schlussfolgerung: Warum passt Ihre Zielgruppe perfekt zu Ihrer Geschäftsidee?

**Jede** Person in Ihrer Gruppe sollte dabei 3 bis 5 Minuten lang sprechen. Bei einer Gruppe von 4 Personen dauert die Präsentation insgesamt also höchstens 20 Minuten.

Zusätzlich zu Ihrem Plakat können Sie auch PowerPoint zur visuellen Unterstützung Ihrer Präsentation benutzen.



## Auswertung (Präsentation)

Höchstens 3 bis 5 Minuten pro Person!

### **1. Kurze Vorstellung Ihrer Geschäftsidee**

- a. Vorstellung der Geschäftsidee:
  - i. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen? Welche Probleme wollten Sie lösen?
  - ii. Warum haben Sie sich für diese Idee entschieden? Was hat Sie inspiriert?
- b. Beschreibung der Geschäftsidee:
  - i. Was ist das Ziel Ihrer Idee?
  - ii. Welchen Bedarf deckt Ihre Idee oder welches Problem löst sie? Wie genau tut sie das?
  - iii. Beschreiben Sie die Funktionsweise Ihrer Idee. Wie funktioniert Ihr Geschäftsmodell?

### **2. Inhaltliche Präsentation: Führen Sie uns durch Ihre Empathiekarte (anhand jener 6 Fragen, die Sie auf der zweiten Seite von Arbeitsblatt 1 finden).**

### **3. Kurze Schlussfolgerung – Wieso passt Ihre Zielgruppe perfekt zu Ihrer Geschäftsidee?**

- a. Was zeigt Ihnen, dass Ihr potenzielles Kundinnen- und Kundensegment perfekt zu Ihrer Geschäftsidee passt? Geben Sie drei Beispiele.
- b. Was sind Ihre Zielgruppen?
- c. Wieso glauben Sie, dass Ihre Geschäftsidee ein Erfolg sein wird?

## **Präsentation: Stil und Sprache**

### **1. Visuelle Darstellung**

- a. Sind meine Ideen reif für die Präsentation?
- b. Sind die visuellen Hilfsmittel für meine Präsentation ordentlich, übersichtlich und ansprechend gestaltet? Tragen sie zum Inhalt der Präsentation bei?
- c. Helfen meine visuellen Darstellungen dabei, meine Botschaft klarer/deutlicher zu vermitteln?

### **2. Präsentationskompetenz**

- a. Ist mir bewusst, wer meine Zuhörer/innen sind?
- b. Kann ich mit ihnen interagieren?
- c. Habe ich deutlich und mit Überzeugung gesprochen und Augenkontakt hergestellt?
- d. Habe ich meine Präsentation gut geübt?

### **3. Sprache**

- a. Habe ich verschiedene beschreibende Begriffe verwendet, um meine Empathiekarte zu erklären?
- b. Konnte ich überzeugend darlegen, wieso meine Empathiekarte eine erfolgreiche Geschäftsgründung verspricht?
- c. Verwende ich verschiedene Bindewörter, wenn ich meine Ansichten darlege, und bringe ich Beispiele, um meine Argumentation zu belegen?



# Arbeitsblatt 3: Auswertung Präsentation

Niveau	Inhalt und Gestaltung	Stil und Sprache der Präsentation
0	Meine Inhalte und meine Gestaltung entsprechen nicht den unten beschriebenen Standards.	Meine Präsentation entspricht nicht den unten beschriebenen Standards.
1-2	Bei der Präsentation meiner Empathiekarte fehlt die Einleitung, die Beschreibung oder die Schlussfolgerung. In meiner Einleitung konnte ich keine konkreten Gründe anführen, wieso meine Geschäftsidee einmalig ist. Ich habe 3 der Schlüsselfragen beantwortet und relevante Beispiele gebracht. Ich habe versucht, meinen Zuhörerinnen und Zuhörern überzeugend zu erklären, wieso meine Zielgruppe für meine Geschäftsidee ideal wäre.	Ich brauche mehr Zeit, um meine Ideen und deren visuelle Darstellung fertig auszuarbeiten. Meine Wortwahl ist nicht auf meine Zuhörer/innen abgestimmt und ich interagiere nicht mit ihnen. Ich hätte meine Präsentation öfter üben müssen. Ich verwende keine beschreibende Sprache, um meine Empathiekarte zu erklären. Obwohl ich gelegentlich meine Meinung zum Ausdruck bringe, vergesse ich, sie mit Beispielen zu belegen.
3-5	Die Präsentation meiner Empathiekarte ist organisiert, aber möglicherweise fehlt die Einleitung, die Beschreibung oder die Schlussfolgerung. In meiner Einleitung habe ich einen Grund angeführt, wieso meine Geschäftsidee einmalig ist. Ich habe 4 der Schlüsselfragen beantwortet und relevante Beispiele gebracht. Ich habe versucht, meinen Zuhörerinnen und Zuhörern überzeugend zu erklären, wieso meine Zielgruppe für meine Geschäftsidee ideal wäre.	Meine Ideen und deren visuelle Darstellung können dabei helfen, meine Präsentation deutlicher und eindrucksvoller zu machen. Meine visuellen Hilfsmittel sind einigermaßen ordentlich und übersichtlich. Möglicherweise ist meine Wortwahl nicht auf meine Zuhörer/innen abgestimmt und ich interagiere nicht mit ihnen. Gelegentlich stelle ich Augenkontakt her, aber ich hätte meine Präsentation öfter üben müssen. Ich verwende nur wenig beschreibende Sprache, um meine Empathiekarte zu erklären.
6-8	Die Präsentation meiner Empathiekarte ist einigermaßen organisiert, mit einer gut durchdachten Einleitung, Beschreibung und Schlussfolgerung. In meiner Einleitung habe ich 2 Gründe angeführt, wieso meine Geschäftsidee einmalig ist. Ich habe alle 5 Schlüsselfragen beantwortet und relevante Beispiele gebracht. Ich konnte einigermaßen überzeugend erklären, wieso meine Zielgruppe für meine Geschäftsidee ideal wäre.	Meine Ideen und deren visuelle Darstellung machen meine Präsentation deutlicher und eindrucksvoller. Meine visuellen Hilfsmittel sind ordentlich und übersichtlich. Meine Wortwahl ist auf meine Zuhörer/innen abgestimmt und gelegentlich interagiere ich mit ihnen. Ich stelle Augenkontakt her und ich spreche deutlich und verständlich. Ich habe meine Präsentation vorab geübt. Ich verwende einige beschreibende Begriffe, um meine Empathiekarte zu erklären.
9-10	Die Präsentation meiner Empathiekarte ist ausgezeichnet organisiert, mit einer gut durchdachten Einleitung, Beschreibung und Schlussfolgerung. In meiner Einleitung habe ich 3 Gründe angeführt, wieso meine Geschäftsidee einmalig ist. Ich habe alle 6 Schlüsselfragen beantwortet und relevante Beispiele gebracht. Außerdem konnte ich sehr überzeugend erklären, wieso meine Zielgruppe für meine Geschäftsidee ideal wäre.	Meine Ideen und deren visuelle Darstellung machen meine Präsentation deutlicher und eindrucksvoller. Meine visuellen Hilfsmittel sind sehr ordentlich und übersichtlich. Meine Wortwahl ist auf meine Zuhörer/innen abgestimmt und ich interagiere mit ihnen. Ich stelle oft Augenkontakt her und ich spreche deutlich und verständlich. Ich habe meine Präsentation vorab geübt und beherrsche sie perfekt. Ich verwende viele verschiedene beschreibende Begriffe, um meine Empathiekarte zu erklären.





# Arbeitsblatt 4




## Selbsteinschätzung

<b>Mit der Präsentation habe ich Folgendes erreicht: Suchen Sie das Niveau, das Ihnen am ehesten entspricht!</b>	<b>Punkte</b>
Ich konnte diese Challenge nicht zufriedenstellend abschließen.	<b>0</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 In meiner Einleitung habe ich nur einen der folgenden Punkte erklärt: unsere Geschäftsidee, ihre Funktionsweise oder ihre Einzigartigkeit.</li> <li>2 Ich habe 2 der inhaltlichen Fragen zur Auswahl der richtigen Zielgruppe beantwortet.</li> <li>3 In meiner Schlussfolgerung brachte ich keine Beispiele, die meine Zuhörer/innen davon überzeugt hätten, dass die Zielgruppe für unsere Geschäftsidee ideal wäre.</li> </ol>	<b>1-2</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 In meiner Einleitung fehlte ein Teil, der unsere Geschäftsidee, ihre Funktionsweise oder ihre Einzigartigkeit vorstellen sollte.</li> <li>2 Ich habe 3 der inhaltlichen Fragen zur Auswahl der richtigen Zielgruppe beantwortet.</li> <li>3 In meiner Schlussfolgerung brachte ich 1 Beispiel, um meine Zuhörer/innen davon zu überzeugen, dass die Zielgruppe für unsere Geschäftsidee ideal wäre.</li> </ol>	<b>3-5</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Meine Einleitung war durchschnittlich, ich erklärte darin unsere Geschäftsidee, ihre Funktionsweise und ihre Einzigartigkeit.</li> <li>2 Ich habe 4 der inhaltlichen Fragen zur Auswahl der richtigen Zielgruppe beantwortet.</li> <li>3 In meiner Schlussfolgerung brachte ich mindestens 2 Beispiele, um meine Zuhörer/innen davon zu überzeugen, dass die Zielgruppe für unsere Geschäftsidee ideal wäre.</li> </ol>	<b>6-8</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Meine Einleitung war einigermaßen gut gelungen, ich erklärte darin unsere Geschäftsidee, ihre Funktionsweise und ihre Einzigartigkeit.</li> <li>2 Ich habe alle 5 inhaltlichen Fragen zur Auswahl der richtigen Zielgruppe beantwortet.</li> <li>3 In meiner Schlussfolgerung brachte ich mindestens 2 Beispiele, um meine Zuhörer/innen davon zu überzeugen, dass die Zielgruppe für unsere Geschäftsidee ideal wäre.</li> </ol>	<b>9-10</b>



# Arbeitsblatt 5

## Selbsteinschätzung am Ende der Lektion

Nr.	Frage/Aussage			
1.	Ich kann mich in andere hineinversetzen.			
2.	Ich kann eine überzeugende Präsentation abliefern.			
3.	Ich erkenne Chancen und nutze sie.			
4.	Ich kann mithilfe der Empathiekarte mögliche Lösungsansätze finden.			
5.	Ich kann meine Gedanken auf einer Empathiekarte zusammenfassen und dabei Stärken und Lösungen hervorheben.			
6.	Ich kann eine illustrierte Empathiekarte erfolgreich gestalten.			
7.	Ich kann erfolgreich die nötige Marktforschung durchführen, um mein Kundinnen- und Kundensegment zu finden.			
8.	Ich kann mich vor einer Gruppe von Zuhörerinnen und Zuhörern ausdrücken.			
9.	Ich kann eine überzeugende Präsentation über mein Produkt und seine potenzielle Zielgruppe leiten.			



# Arbeitsblatt 6

## Zusammenfassung der Selbstreflexion

1. Was hat Ihnen an dieser Challenge gefallen?

---

---

2. Was hat Ihnen an dieser Challenge nicht gefallen?

---

---

3. Wie gut hat Sie diese Challenge darauf vorbereitet, das richtige Kundinnen- und Kundensegment für ein Produkt zu finden?

---

---

---

4. Haben Sie diese Challenge nützlich gefunden? Wie könnten Sie das Gelernte in der realen Welt anwenden?

---

---

---

5. Weitere Kommentare:

---

---

---