



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 Lehrer/innen

In den Unterlagen ist die Durchführung der Challenge detailliert in einzelnen Schritten beschrieben, um eine direkte Umsetzung im Klassenzimmer zu ermöglichen. Die Materialien für Lehrer/innen werden gemeinsam mit den Materialien für Schüler/innen (=Arbeitsblätter) eingesetzt.

Alle Unterlagen stehen auf der Website www.youthstart.eu zur Verfügung.

Youth Start Entrepreneurial Challenges Programm

basierend auf dem TRIO-Modell für Entrepreneurship – 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.



Methodenblatt

Thema	Empathiekarte (Empathy Map)
Niveau	B1
Challenge Familie	<p>Empathy Challenge – die einfühlsame Challenge!</p> <p>Um einen anderen Menschen zu verstehen, muss man sich in seine Lage versetzen und die Sichtweise ändern können. Die Kinder der Primarstufe üben den empathischen Umgang miteinander, indem sie eigene Gefühle und Bedürfnisse artikulieren und jene der anderen erkennen. Gemeinsam erarbeiten sie zudem Grundregeln für das Zusammenleben in der Klasse. Darauf aufbauend erfahren die Schüler/innen der Sekundarstufe 1 durch die Challenge „Freundschaftstasche“, wie sich Konflikte lösen lassen. Die Umsetzung dieses Wissen in der Wirtschaft erleben die Jugendlichen der Sekundarstufe 2 durch die „Empathiekarte“ – denn Einfühlungsvermögen in die Zielgruppe ist Teil einer sinnvollen Unternehmensstrategie.</p>
Dauer	mind. 2 Einheiten
Worum es geht – die Idee dahinter	<p>Es ist eine große Herausforderung, sich in andere Personen einzufühlen und einen Perspektivenwechsel vorzunehmen. Mit der Empathiekarte kann eine gezielte Analyse einer Kundin/eines Kunden für eine Idee durchgeführt werden. Ziel ist es, sich in die Kundin/den Kunden – in die andere Person – hineinzuversetzen und dadurch die Idee (das strategische Marketing) besser auf die Kundinnen und Kunden abzustimmen. Die Bezeichnung Kundin bzw. Kunde wird dabei sehr breit gesehen, es kann sich also um die Zielgruppe eines jeden Projekts handeln, ob Business oder nicht. Ein wesentlicher Punkt ist, dass sich die Schüler/innen anhand ihres präsentierten Praxisbeispiels auch selbst einschätzen.</p>
Entrepreneurship-Kompetenzen laut Referenzrahmen	<p>Ich kann mich in andere Personen hineinversetzen.</p> <p>Ich kann Möglichkeiten erkennen und Chancen nutzen.</p>
Sprachkompetenzen	<p>Ich kann einen Inhalt überzeugend präsentieren.</p> <p>Ich kann meine Gedanken auf einer <i>Empathiekarte</i> zusammenfassen.</p> <p>Ich kann die Stärken und Möglichkeiten der Arbeit mit der <i>Empathiekarte</i> erklären.</p>
Wortschatz (auf Lernplakaten)	Empathie, Zielgruppe, Kunden, Wettbewerb, Perspektivenwechsel, Respekt



Kompetenzcheck	<p>Arbeit in Kleingruppen: schriftlich (Plakat) und mündlich (Präsentation):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellung der Empathiekarte lt. Vorlage 2. Argumentative Präsentation des ausgearbeiteten Plakats 3. Entwicklung und Ableitung von Lösungsansätzen aufgrund der ausgearbeiteten Empathiekarte
Eingangsvoraussetzungen	<p>Kenntnis der Methode Brainstorming</p> <p>Grundkenntnisse der Kommunikation und Präsentation</p> <p>Marketingkenntnisse: Zielgruppendefinition und Marktsegmentierung</p>
Körper & Geist	<p>Unter folgendem Link finden Sie kurze, einfache Übungen zur Aktivierung und Konzentration sowie zur Steigerung der Achtsamkeit (inkl. Kurzvideos). Wählen Sie je nach Situation eine oder mehrere Übungen aus dem Angebot: www.youthstart.eu</p>
Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> • Flipchartpapier, Post-its (Haftnotizen), Stifte • Beamer und Notebook • evtl. die Empathiekarte auf einem Flipchart vorzeichnen • Arbeitsblätter 1 bis 6 pro Schüler/in kopieren
Durchführung	
Arbeitsschritt 1	<p>Einführung</p> <p>Präsentation der Empathiekarte durch Lehrperson (dafür kann die PowerPoint-Präsentation genutzt werden oder die Empathiekarte wird schrittweise mit einem Plakat erklärt).</p>
Arbeitsschritt 2	<p>Gruppenbildung</p> <p>Es werden Gruppen zu 4 bis 5 Personen gebildet.</p>
Arbeitsschritt 3	<p>Ausarbeitung der Empathiekarte</p> <p>Es wird die Struktur der Empathiekarte auf einem Flipchart gezeichnet und für eine Idee ein mögliches Kundinnen- und Kundensegment ausgewählt (es können mehrere Gruppen zu homogenen oder auch heterogenen Aufgabenstellungen arbeiten). Die Gruppen heften Post-its mit Schlagworten dazu, die sich mit den folgenden Fragen auseinandersetzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was sieht die Kundin/der Kunde? Wie sieht das Lebensumfeld von ihr/ihm aus? Welche Freundinnen und Freunde hat sie/er und welches Bild 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 sagen oder vermitteln ihr/ihm Medien, die sie/er nutzt?



	<ul style="list-style-type: none"> • Was denkt und fühlt die Kundin/der Kunde? Was ist ihr/ihm wichtig? Was sind deren Hauptbeschäftigungen? Welche Ansprüche hat sie/er? Welche Bedenken 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? Welchen Hindernissen sieht sie/er sich gegenüber? • Welche positiven Dinge beschäftigen die Kundin/den Kunden? Welche Wünsche sind ihr/ihm wichtig? Welche hat sie/er schon befriedigt? Was macht ihr/ihm Freude? Was möchte sie/er noch mehr haben? Was möchte sie/er noch erreichen? <p>Die Bearbeitung der Fragen ist am Anfang manchmal etwas holprig, entwickelt aber regelmäßig schnell eine positive Eigendynamik. 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 zu machen 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.</p>
Arbeitsschritt 4	<p>Präsentation der Empathiekarten im Plenum</p> <p>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 im Plenum zur Präsentation der eigenen Empathiekarte bringt das Verständnis gegenüber der Zielgruppe weiter voran.</p>
Arbeitsschritt 5	<p>Reflexion</p> <p>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.“ Bei der Reflexion geht es darum, ob der Perspektivenwechsel gelungen ist bzw. wie er erreicht werden kann.</p>
Kontext innerhalb des Challenges-Programms	<p>Diese Challenge baut auf die „Emphaty Challenges“ der niedrigeren Lernniveaus auf. Sie kann sehr gut mit der „Idea Challenge“ und der „Trash Value Challenge“ (jeweils Niveau B1) kombiniert werden.</p>



Linkliste	<p>Über das Projekt Youth Start Entrepreneurial Challenges: www.youthstartproject.eu</p> <p>Weitere Unterrichtsmaterialien (inklusive Filme): www.youthstart.eu</p> <p>How to use an Empathy Map: www.youtube.com/watch?v=pMN7vkE4csg</p>
Quellen	<p>Scott Matthews</p> <p>Lindner, J./Fröhlich, G. u. a.: Starte dein Projekt, Wien 2014</p>
Nutzungsbedingungen	<p>Alle Materialien für Lehrer/innen und Schüler/innen, die im Rahmen der Youth Start Entrepreneurial Challenge entwickelt wurden, stehen unter der Creative-Commons-Lizenz. Sie dürfen die Unterlagen in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten. Voraussetzung ist die korrekte Namensnennung. Sie dürfen die Materialien nicht kommerziell nutzen. Sie dürfen die Unterlagen bearbeiten, aber nur unter derselben Lizenz wie das Original verbreiten. Die genauen Details der Lizenzierung finden Sie unter http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de</p> <p>Das Youth Start Team freut sich, wenn Sie mit uns in Kontakt treten: einerseits zur Vernetzung mit den nationalen Partnern und ihren Angeboten, andererseits zur Unterstützung für die Implementierung. E-Mail-Adresse: office@ifte.at</p>
Autor/innen Herausgeber/innen	<p>eesi-Koordinator/innen, Johannes Lindner (Autor & Hrsg.), Chadwick V.R. Williams/Judit Makkos-Kaldi (Autoren Kompetenzcheck) Beate Tötterström/Eva Jambor/Gerald Fröhlich (Hrsg.)</p>
Graphische Gestaltung	<p>Valentin Mayerhofer (Layout), Peter Stromberger (Piktogramme)</p>
Übersetzung Redaktion	<p>Teresa Krainer (Übersetzung), Peter Mracsna (Übersetzung) Beate Tötterström (Redaktion), Heidi Huber (Redaktion), Werner Holzheu (Redaktion), Martin Obermayr (Redaktion)</p>