

# Empathy Challenge B1

Ich kann mit anderen Menschen mitfühlen.

Entrepreneurial Culture



**Empathiekarte**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Bundesministerium  
Bildung, Wissenschaft  
und Forschung



KIRCHLICHE  
PÄDAGOGISCHE  
HOCHSCHULE  
WIEN/KREMS



# Kundenanalyse mit der Empathiekarte

- Erfassung eines (Modell-)Kunden bzw. einer (Modell-)Kundin mit dem, was er/sie hört, sieht, sagt, denkt und fühlt
- Augenmerk wird auf jene Dinge gelegt, die der Kunde/die Kundin wahrnimmt = Perspektive des Kunden/der Kundin.
- Die Empathiekarte ist ein Instrument, um eine bildhafte Vorstellung seiner Kundinnen und Kunden zu erhalten.

# Kundenanalyse mit der Empathiekarte

- Brainstorming, um alle möglichen Kundensegmente zu sammeln
- Auswahl von drei vielversprechenden „Kundinnen oder Kunden“ → Entscheidung für eine/n davon
- Profiling Übung: Name, demografische Merkmale (Alter, Einkommen, Familiensituation, ...)
- mit Post-its, Visualisierungen und Brainstorming arbeiten
- mithilfe der Empathiekarte Profile auf dem Flipchart ausarbeiten

# Empathiekarte

Zielgruppe: Kurz beschreiben

## Was denkt und fühlt die Kundin/der Kunde?

Was ist ihr/ihm wichtig?

Hauptbeschäftigungen, Ansprüche, Bedenken

Denken und Fühlen

## Was hört die Kundin/der Kunde?

Was sagen Familie und Freundeskreis? Was sagen Kolleg/innen und Vorgesetzte? Was sagen oder vermitteln Medien, die genutzt werden?

Hören

## Was sieht die Kundin/der Kunde?

Wie sieht das Lebensumfeld aus? Welche Freunde hat sie/er? Was bietet der Markt schon heute an?

Sehen

Sagen

## Was sagt die Kundin/der Kunde?

Was erzählt sie/er anderen?  
Einstellungen und Sichtweisen,  
Verhalten anderen gegenüber

Negativ

Ängste, Frustrationen,  
Hindernisse

Positiv

Wünsche/Bedürfnisse  
Erfolgsmaßstäbe

# Empathiekarte

Zielgruppe:

