



»EMPATHY MAPPING«

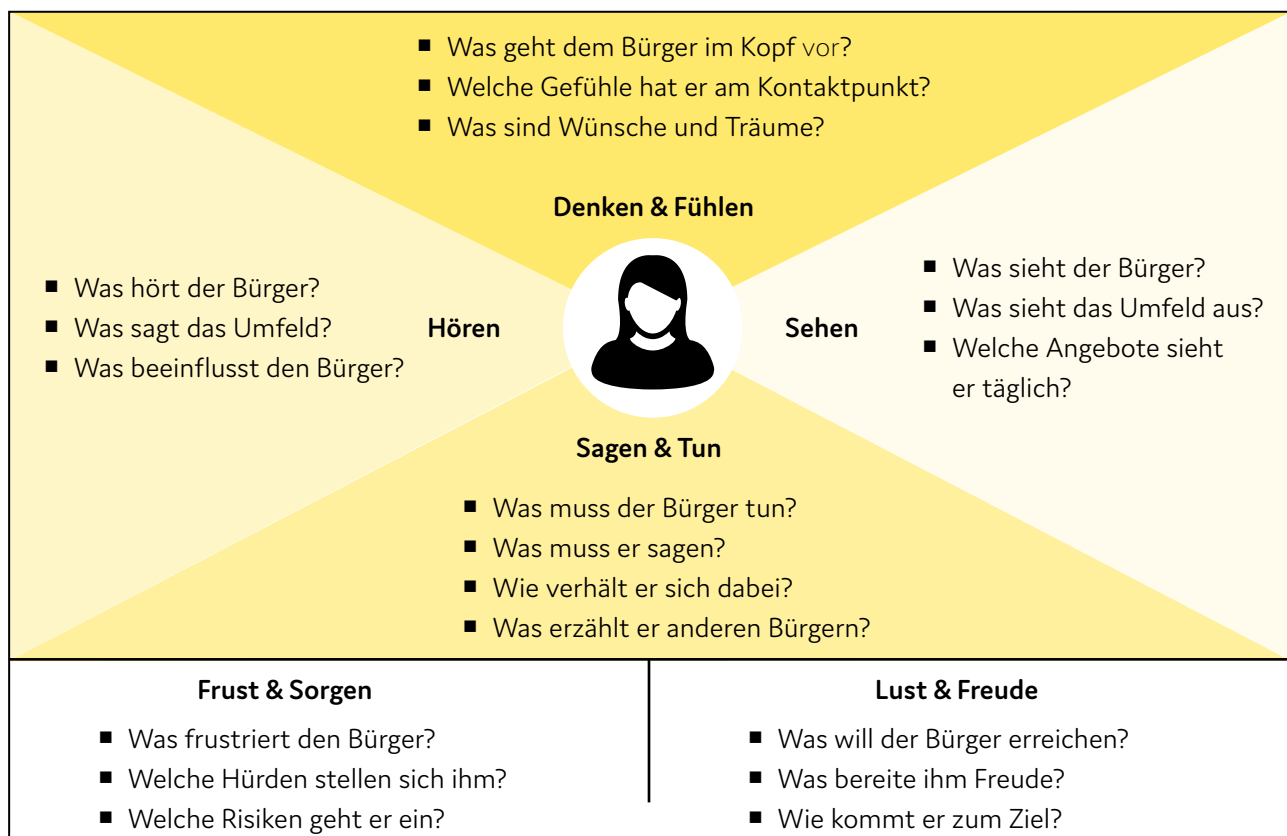
Zielstellung und Anwendung

Ein gutes Design von Dienstleistungen basiert auf einem tiefen Verständnis der Person, für die das Design entworfen wird. Mit der Methode »Empathy Mapping« lassen sich die Wahrnehmungen und Erlebnisse der Bürger in Hinblick auf ihre Gefühle, Bedürfnisse, Probleme und Wünsche strukturiert darstellen. Das Ziel ist die Identifikation von Lust- und Frustpotenzialen am Kontaktpunkt der Bürger mit den Dienstleistungen der kommunalen Verwaltung; der emotionale Zustand von Bürgern kann daraus abgeleitet werden.

Das Ziel des »Empathy Mappings« ist, Bürgerprofile rasch zu erstellen. Diese Vorgehensweise hilft den Mitarbeitern einer Kommune sich in die Rolle der Bürger hineinzuversetzen.

Vorgehensweise / Beschreibung der Methode

Eine »Empathy Map« besteht aus sechs Feldern, die anhand von Leitfragen beschrieben werden. Diese Leitfragen helfen, sich den Bürgern zu nähern und deren tatsächliche Sichtweise zu erkennen. Die Felder werden in einem »Brainstorming«-Prozess im Team befüllt:



Voraussetzungen

Zeit	1 bis 2 Stunden
Teilnehmer	3 bis 12 Teilnehmer
Hilfsmittel	Moderationstafeln, »Empathy Map«-Vorlagen im Großformat, selbsthaftende Notizblätter, Stifte

Schnittstellen zu anderen Methoden

Die Methode »Empathy Mapping« ist wichtiger Bestandteil der Methoden »Value Proposition Design« und »Bürger Journey Mapping«.

Schwierigkeitsgrad

Die Anwendung der Methode »Empathy Mapping« ist unkompliziert. Sie stellt eine einfache Vorgehensweise dar, um einen Perspektivenwechsel vorzunehmen.

Sehr einfach	Einfach	Mittel	Schwierig	Sehr schwierig
--------------	----------------	--------	-----------	----------------

Literatur

Gray, D., Brown, S., Macanuso, J. (2011), Gamestorming: Ein Praxisbuch für Querdenker, Moderatoren und Innovatoren, O'Reilly, Beijing, Cambridge u.a., 2011.