

PAWLIK

**DIE  
NEUE  
EMPA  
THIE**

Kognitive Empathie lässt uns die Lebensumstände, Wünsche und Ziele einer anderen Person verstehen.

Emotionale Empathie lässt uns die Emotionen und Sichtweisen einer anderen Person nachempfinden.

# EMPATHIE ...

- 1 ... verbessert Zufriedenheit & Leistungsbereitschaft.  
(Kock, Mayfield et al., 2019)
- 2 ... steigert Team-Performance & Gesprächsteilnahme.  
(Woolley, Chabris & et al., 2010)
- 3 ... erzeugt Motivation & Loyalität.  
(Judge & Piccolo, 2009)
- 4 ... stärkt Kreativität & Lernbereitschaft.  
(Demetriou & Nicholl, 2021)
- 5 ... optimiert Zusammenarbeit & fördert mehr Empathie.  
(Radzvilavicius, Stewart & Plotkin, 2019)

# NEUE Empathie

1

nachdenklich

zerstreut



ermutigend

amüsiert

2

verspielt

tröstend



irritiert

gelangweilt

3

verlegen

schuldig



fantasierend

besorgt

4

zufrieden

entschuldigend



herausfordernd

neugierig

5

scherzend

zerstreut



verlangend

überzeugt

6

besorgt

schüchtern



feindselig

ängstlich

1

**nachdenklich**

zerstreut



ermutigend

amüsiert

2

**verspielt**

tröstend



irritiert

gelangweilt

3

verlegen

schuldig



fantasierend

**besorgt**

4

zufrieden

entschuldigend



**herausfordernd**

neugierig

5

scherzend

zerstreut



**verlangend**

überzeugt

6

besorgt

schüchtern



**feindselig**

ängstlich

- 0 – 2 Punkte** → Es fällt Ihnen schwer, die Empfindungen anderer Menschen ausreichend wahrzunehmen.
- 3 – 4 Punkte** → Es gelingt Ihnen in den meisten Fällen, sich in andere Menschen hineinzuversetzen.
- 5 – 6 Punkte** → Sie wissen, wie es Ihrem Gegenüber geht, auch wenn es nicht offensichtlich ausgesprochen wird.

Und nun?



WIKI  
AKN

FC ST. PAULI  
1910

1910

ULTRAS

**IN** : **OUT**  
**Group** : **Group**

Verständnis gegenüber Gleichgesinnten  
(Lanzetta & Englis, 1989)

Mitleid und Mitgefühl gegenüber Gleichgesinnten  
(Takahashi et al., 2009)

Bereitschaft, stellvertretend Schmerzen zu übernehmen  
(Singer, Seymour, O'Doherty et al., 2006)

jegliche Hilfeleistung  
(Levine et al., 2005)

Andersartigkeit nicht ausgrenzen

selektive Empathie nicht erlauben

Schadenfreude nicht zulassen

Hilfsbereitschaft nicht limitieren

# Und nun?

1. Ingroup vs. Outgroup

# **HYPER** ; **DEEP** **Reading** ; **Reading**

Querlesen & Scrollen provoziert Multitasking  
(Baron, 2017)

liefert viele Informationen, wenig Zusammenhang  
(Wolf, 2018)

kaum Tiefgang: Verursacht passives  
Konsumverhalten & Oberflächlichkeit  
(Dyson & Haselgrove, 2000)

verleitet zu ungesundem  
Halbwissen & Selbstüberschätzung  
(Wolf, 2018)

komplexe Inhalte fördern Konzentrationsvermögen  
(Kidd & Castano, 2013)

Inhalte werden nuanciert im Kontext dargestellt  
(Kidd & Castano, 2013)

aktives Eintauchen: Stimuliert aktives  
Weiterdenken & Vorstellungskraft  
(Wolf, 2018)

erweckt Bewusstsein für Komplexität von  
Geschichten & Charakteren  
(Mangen & van der Weel, 2016)

## Und nun?

1. Ingroup vs. Outgroup
2. Hyper Reading vs. Deep Reading

**RESULT** ; **TIME**  
**Bringing** ; **Spending**

gibt vor	hört zu
beschleunigt	entschleunigt
hat einen Anlass	hat keinen Anlass
fokussiert auf die Inhalte	fokussiert auf den Menschen
fragt nach Meilensteinen	fragt nach Empfindungen
erzielt ein operatives Ergebnis	bewirkt ein strategisches Ergebnis

## Und nun?

1. Ingroup vs. Outgroup
2. Hyper Reading vs. Deep Reading
3. Result Bringing vs. Time Spending

# WRITING pre Corona

eingebunden in kollegialen Gesamtkontext

angemessene Emotionen untereinander  
(Gilmore & Warren, 2007)

wohlwollende Interpretation durch  
gelegentlichen persönlichen Kontakt

Anregung, Inspiration & Vertrauen auf  
konstruktives Miteinander

# WRITING post Corona

Anonymität und sozialer Losgelöstheit entgegenwirken

Online-Enthemmungseffekt vermeiden  
(Suler, 2004)

durch bewusst positive Formulierung  
negative Wahrnehmung vermeiden

die neue Arbeitswelt verstehen und Empathie  
schriftlich transportieren

## Und nun?

1. Ingroup vs. Outgroup
2. Hyper Reading vs. Deep Reading
3. Result Bringing vs. Time Spending
4. Writing pre Corona vs. Writing post Corona

# SMALL : SMART Talk : Talk

„Wie geht es Ihnen?“

„Wohin fahren Sie dieses Jahr in den Urlaub?“

„Was machen Sie beruflich?“

„Wie fanden Sie das Meeting?“

„Angesichts der Wahl von irgendjemandem auf der Welt, wen würden Sie als Dinnerguest haben wollen?“

„Möchten Sie berühmt werden? Auf welche Weise?“

„Bevor Sie einen Anruf machen, proben Sie jemals, was Sie sagen werden? Warum?“

„Was wäre ein „perfekter Tag“ für Sie?“

## Und nun?

1. Ingroup vs. Outgroup
2. Hyper Reading vs. Deep Reading
3. Result Bringing vs. Time Spending
4. Writing pre Corona vs. Writing post Corona
5. Small Talk vs. Smart Talk

Vielen Dank



# Literatur

C. Dweck: Mindset. Changing the way you think to fulfil your potential. Robinson, updated edition, 2017.

T. Singer, G. Hein, G. Silani, K. Preuschoff, C.D. Batson: Neural responses to ingroup and outgroup member`s suffering predict individual differences in costly helping (2010). In: Neuron 68, 149-160.

S. Baron-Cohen, S. Wheelwright and J. Hill, (2001) The 'Reading the mind in the eyes' test revised version. In: Journal of Child Psychology and Psychiatry 42:241-252.

M. Wolf: Reader, come home. The reading brain in a digital world, Harper, 2018.

A. Aron, Arthur, E. Melinat, E. Aron, R.D. Vallone, R.J. Bator (1997): The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. In: Personality and Social Psychology Bulletin 23, 363-377.

**HAMBURG  
BERLIN  
DÜSSELDORF  
MUNICH  
AMSTERDAM  
BARCELONA  
MADRID  
PARIS  
VIENNA  
BEIJING  
HONG KONG  
NINGBO  
SHANGHAI  
SHENZHEN**

## **Pawlik Consultants GmbH**

**Astraturm / Zirkusweg 2**

**20359 Hamburg**

**T +49 (0)40 53 28 50 0**

**F +49 (0)40 53 28 50 10**

**E [info@pawlik.de](mailto:info@pawlik.de)**

**W [www.pawlik.de](http://www.pawlik.de)**