

All you need is empathy! Das Kölner Forschungsinstitut sieht die Notwendigkeit zu handeln: Aufgrund wachsender gesellschaftlicher Polarisierung gründet september eine eigene Unit, um Empathie auf sozialer, unternehmerischer und individueller Ebene zu erforschen und zu fördern.

Das Kölner Marktforschungsinstitut september Strategie & Forschung gründet mit „empathy“ eine neue Abteilung, die von der 38-jährigen Theresa Ebel geleitet wird. September baut damit den Forschungs- und Beratungsbereich weiter aus. Grund für den Fokus ist, dass Empathie der Schlüssel für ein tolerantes und konstruktives Miteinander auf allen Ebenen der Gesellschaft ist. Die Zunahme an Hate Speech in den sozialen Medien oder die wachsende Polarisierung rund um Corona auf dem Hintergrund sich vergrößernder sozialer Ungerechtigkeit sind aus Sicht der september Geschäftsführer:innen Carmen Schenkel, Oliver Spitzer und Markus Küppers klare Gründe zum Handeln. Das Institut, das seit Beginn auf die Erforschung von Emotionen spezialisiert ist, wird diese Kernkompetenz nun für die Erforschung gesellschaftlich relevanter Empathie-Themen einsetzen. In der Unit „empathy“ wird nicht nur Wissen durch Forschung generiert, es sollen auch Sensibilität und emotionale Kompetenz in die Gesellschaft, in Institutionen und in Unternehmen getragen werden. Erste Themenkomplexe, mit denen sich „empathy“ beschäftigt, sind „Alltagsrassismus und #CriticalWhiteness“, „Quo Vadis Frauenrolle“ sowie zukünftig „New Work? How it works!“.

Theresa Ebel, Head of empathy, beschreibt es so: „‘In empathy we trust - we (re)search for more purpose‘ ist das Motto unserer neuen Unit – und steht für die Überzeugung, dass wir durch ein besseres Verständnis mit Hilfe von Recherche, Forschung und Beratung zu mehr Einfühlungsvermögen und damit zu einem besseren sozialen Miteinander beitragen können. Mit empathy bezieht september Stellung und will Menschen, Institutionen und Unternehmen dazu bewegen, Verantwortung zu übernehmen. Wir wollen Probleme und Herausforderungen verstehen, benennen und unseren Teil zur Lösung beitragen. Unsere Grundlage ist es, die Emotionen und Bedürfnisse hinter aktuellen gesellschaftlichen Phänomenen zu analysieren und für alle zugänglich zu machen. Außerdem wollen wir konkrete Handlungsempfehlungen und Tools zu den Themen entwickeln, wie alle einen kleinen oder großen Beitrag zu einem besseren Miteinander leisten können. Wir freuen uns, unsere Erkenntnisse in Workshops und Vorträgen mit Unternehmen und Institutionen sowie jedem/jeder Einzelnen zu teilen – für ein besseres Miteinander. Wir freuen uns darauf, an neuen, gesellschaftlich bewegenden Themen zu arbeiten und inspirierende Kooperationen mit z.B. Universitäten, Schulen, Institutionen und Unternehmen einzugehen.“

Theresa Ebel ist seit 2011 als psychologische Marktforscherin tätig – sowohl in unterschiedlichen renommierten Marktforschungs-Instituten als auch freiberuflich. Seit 2016 ist sie wieder fester Teil der september-Familie, wo sie ihre Marktforschungskarriere begonnen hat. Als Senior Projektleiterin und Managerin Research und Strategy hat sie neben Kundenakquise und -entwicklung Vorträge gehalten und in den letzten Jahren zusätzlich ihre Expertise im Bereich Coaching ausgebaut.

september Strategie & Forschung GmbH

Als Spezialist für beratende Marktforschung verfolgt september seit 2008 das Ziel, die unbewussten Motive und Emotionen von Konsumenten zu ergründen. Die Emotionsmessung weist nicht nur Aktivierung oder Basis-Emotionen aus, sondern liefert KPI zu marketing-relevanten Parametern wie Attraktion, Relevanz, Sympathie, Nähe, Vertrauen, Stress und Skepsis. Gepaart mit tiefenpsychologischen Interviews können so im Interesse der Kunden deutlich tiefere, nicht abfragbare Einsichten abgeleitet werden.