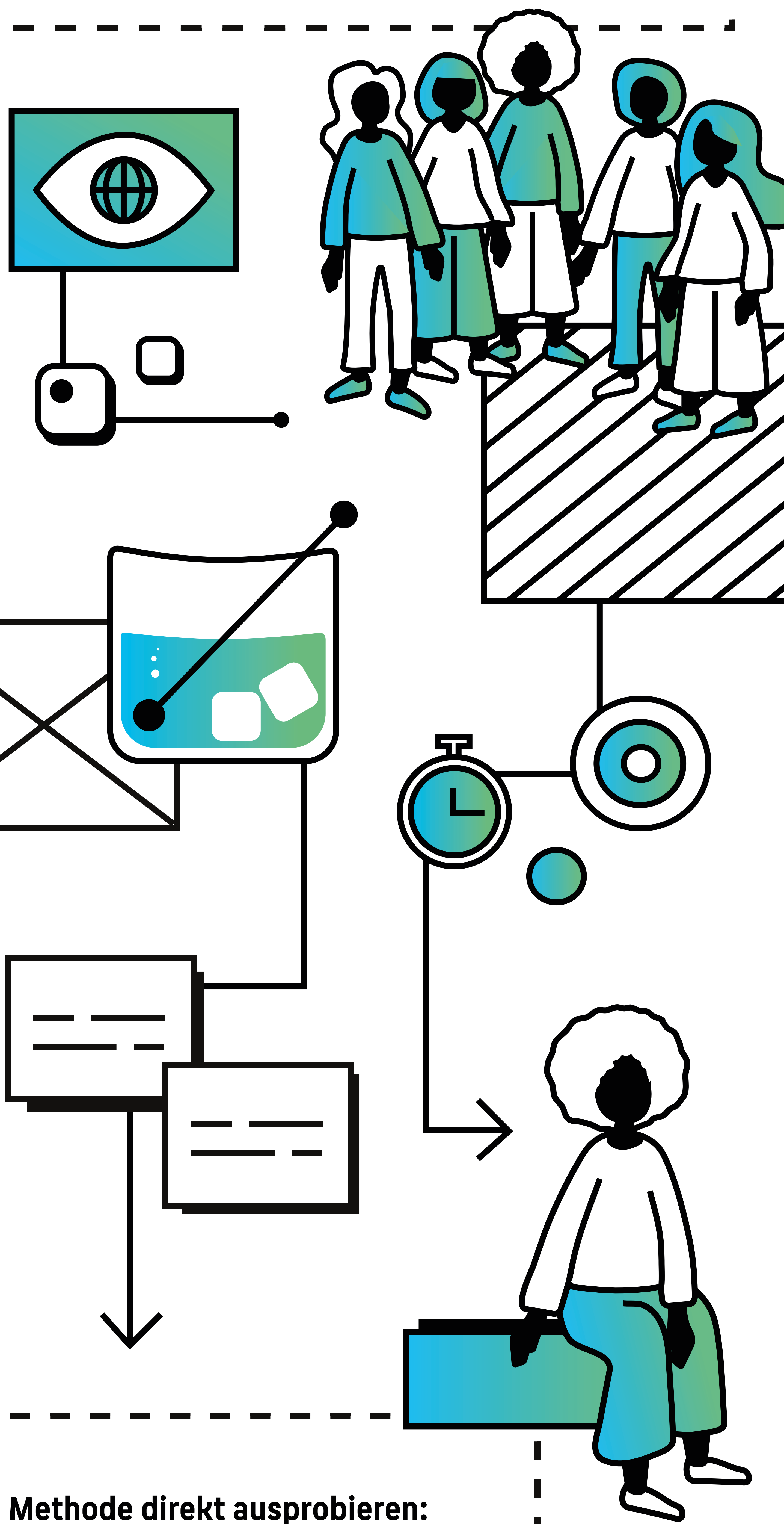


Persona

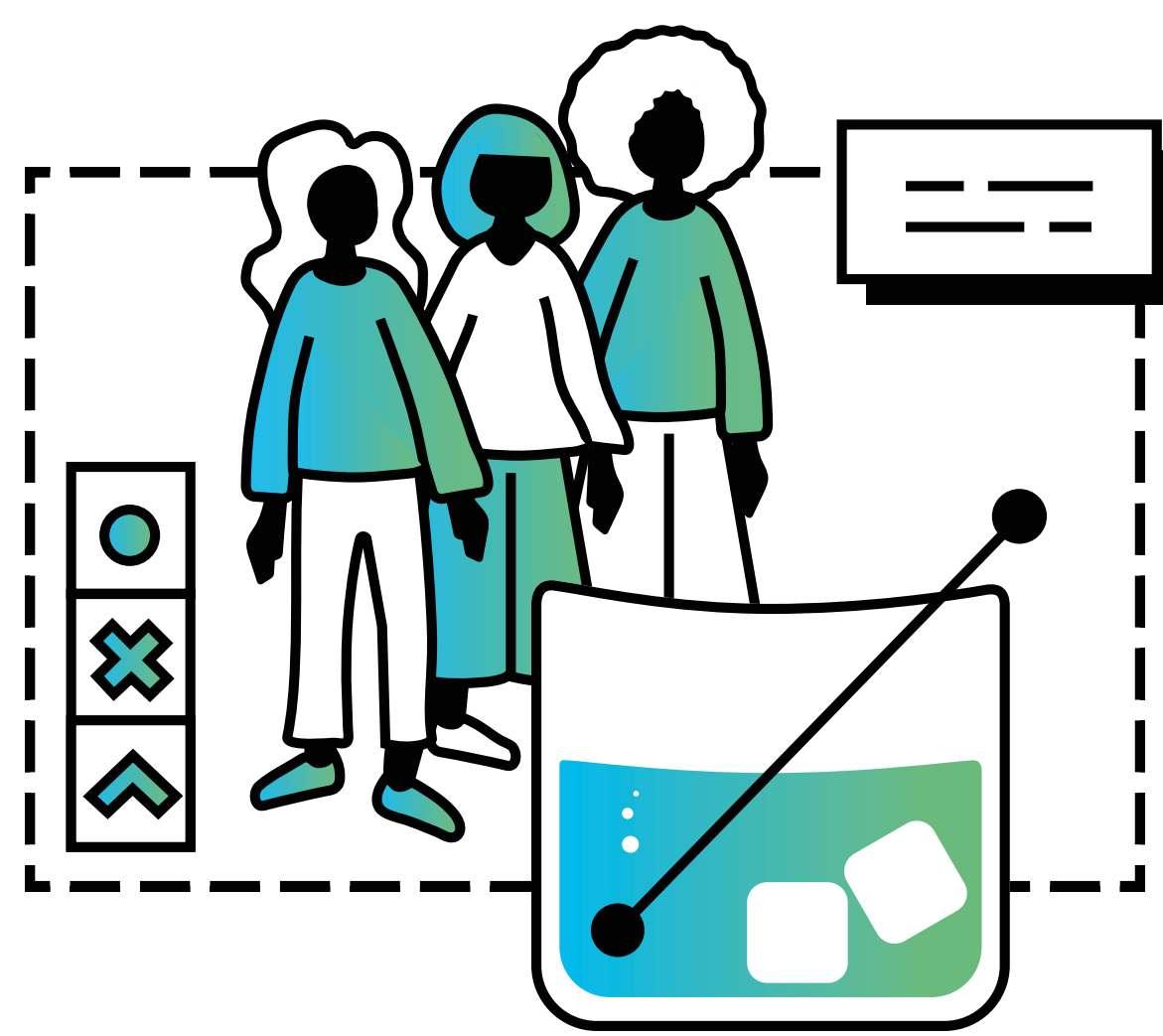
Mit Personas Zielgruppen greifbar machen und echte Bedürfnisse erkennen



Methode direkt ausprobieren:

Roleplay on the Rocks

Mit Personas Zielgruppen greifbar machen und echte Bedürfnisse erkennen



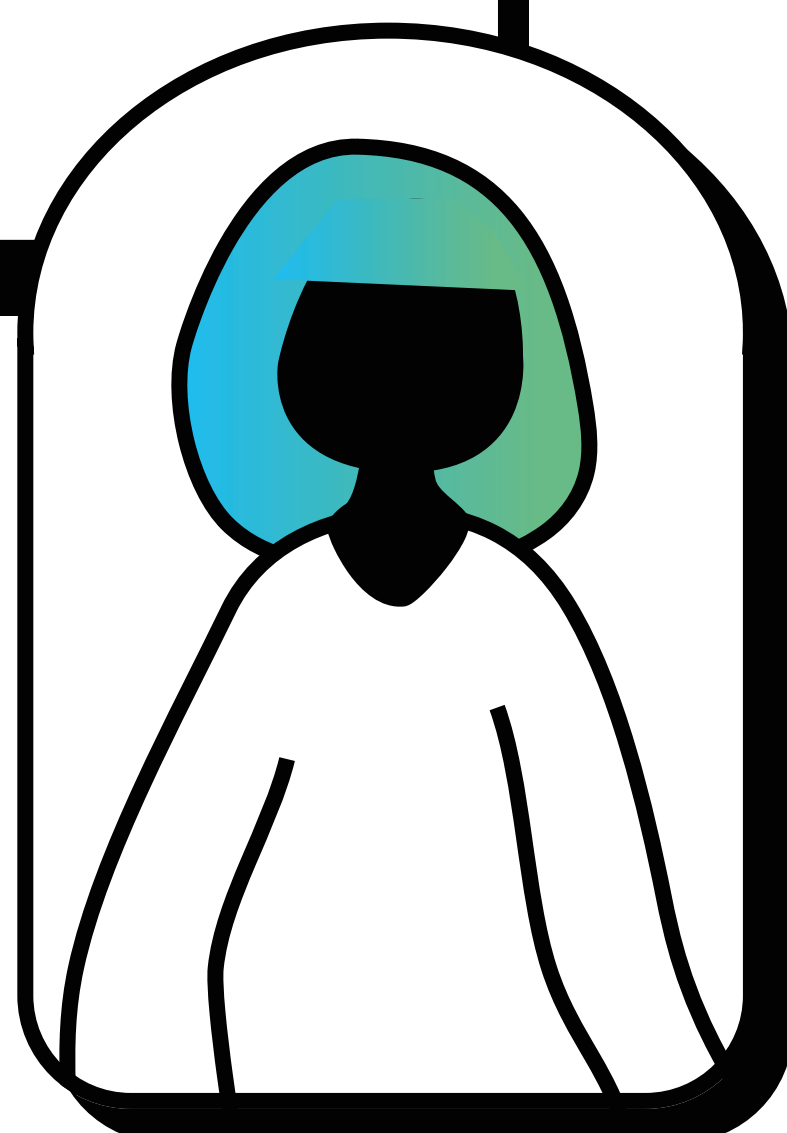
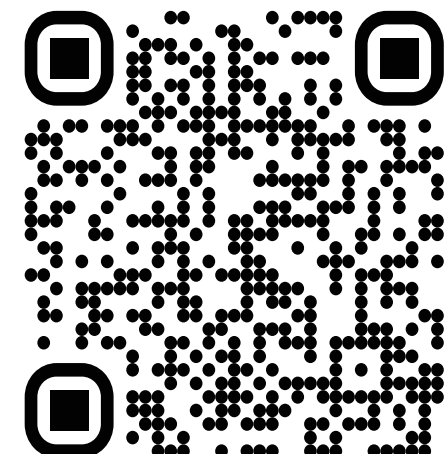
Zeitraumen
60-90 Minuten

Teilnehmer:innen
2-5

Aufwand
● ● ● ●

Persona

Du möchtest das Poster digital speichern?



Was ist eine Persona?

Du lernst deine Zielgruppe nicht nur besser kennen – du gibst ihr ein Gesicht, einen Namen, ein Leben.

Personas sind fiktive, aber datenbasierte Personenprofile, die typische Vertreter:innen einer bestimmten Ziel- oder Nutzer:innengruppe darstellen. Sie entstehen auf Grundlage realer Daten und Recherchen – etwa durch Interviews, Beobachtungen oder statistische Auswertungen.

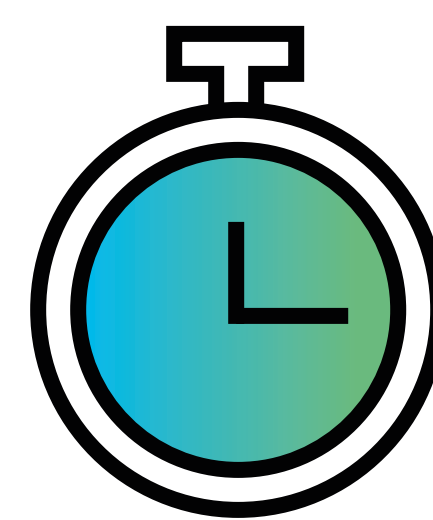
Personas heißt: Ziele, Motive und Verhaltensweisen deiner Zielgruppe besser zu verstehen. Sie sind vielseitig einsetzbar: Ob bei der Konzeption oder der Kommunikation – sie schaffen Orientierung und Empathie.

Wahlweise:

- Mehrere Personas für unterschiedliche Zielgruppen oder Perspektiven.
- Kombiniere Personas mit einer User Journey für konkretere Szenarien.

Warum Persona?

Personas **machen Nutzer:innen sichtbar und erlebbar**. Sie bringen Struktur in komplexe Zielgruppen, fördern Empathie im Team und helfen dabei, Angebote präzise auszurichten.

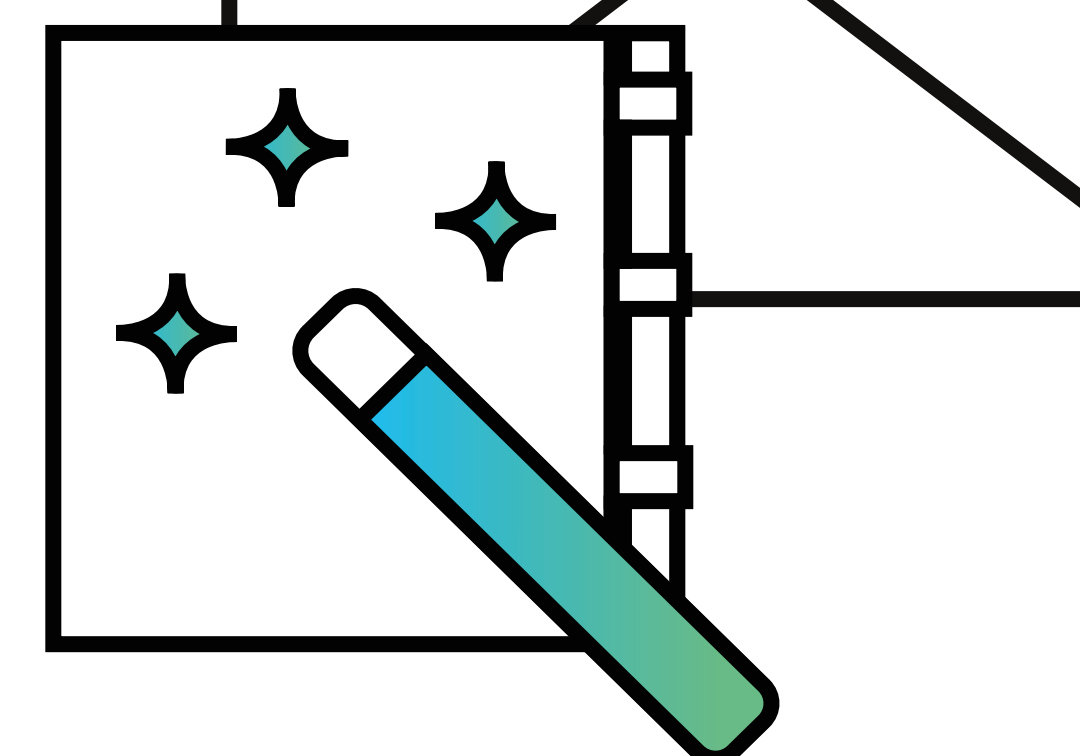


Zeitraumen

Für die gemeinsame Erstellung und Ausarbeitung von Personas sollte man etwa **1 bis 1,5 Stunden** einplanen.

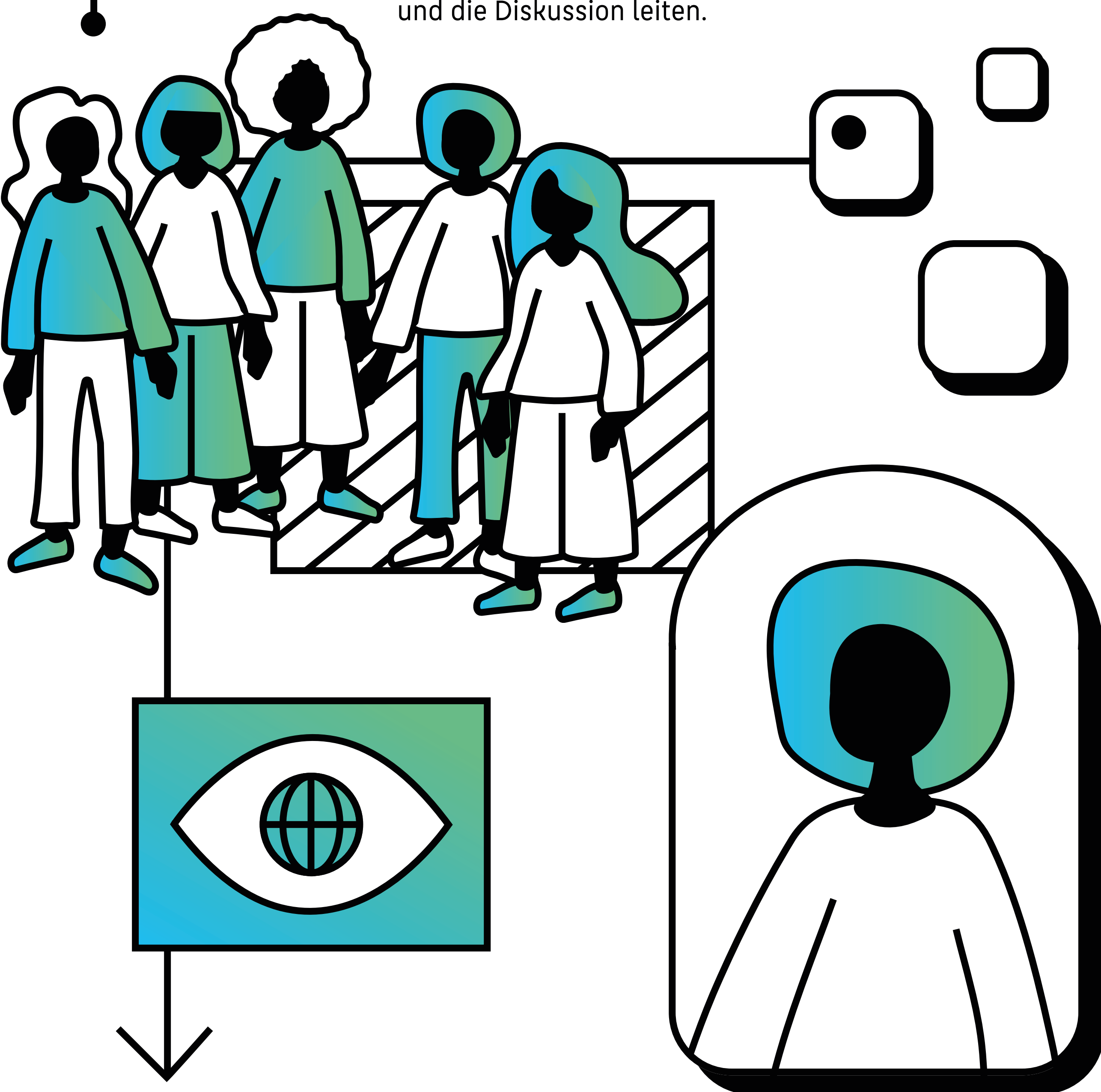
Materialien

Zur Erstellung von Personas kann eine **ausfüllbare Vorlage** genutzt werden, diese gibt einen Rahmen für die Persona vor und erleichtert das Erarbeiten. Analog können Post-its und Stifte verwendet werden, um Eigenschaften und Bedürfnisse festzuhalten. Digital bieten sich Tools wie Miro oder Figma an. Grundlage für die Personas sind die zuvor erhobenen Recherche-Ergebnisse.

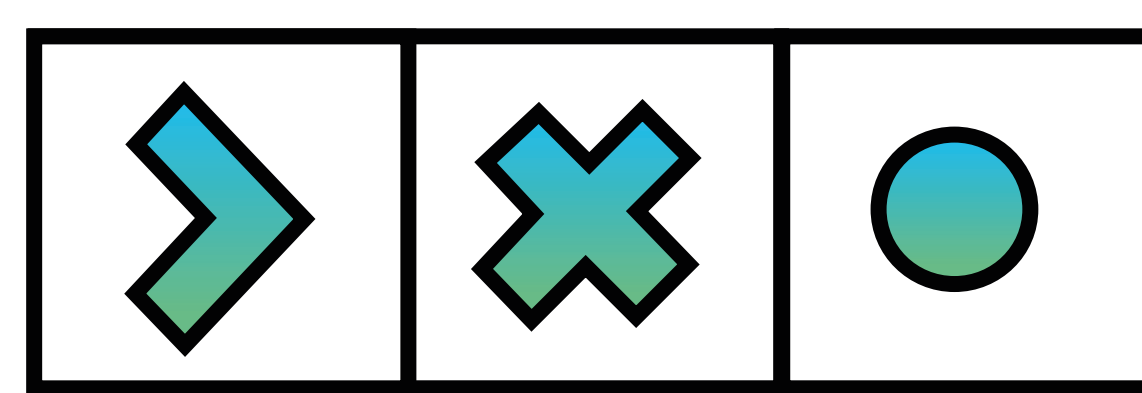


Rollen

An der Entwicklung von Personas beteiligen sich vor allem **Personen, die direkten Kontakt zu Nutzer:innen haben** und deren Erfahrungen einbringen. Optional kann eine Moderator:in den Prozess strukturieren und die Diskussion leiten.



Wer bin ich?	Personas	Wie bin ich?
Schlüsselsatz (z.B. aus den Gesprächsdokumentationen)		Meine Erfolgsmomente Was sind meine beruflichen Erfolgsmomente? Im Privatleben? Was macht mir besonders Spaß bei der Arbeit?
Abbildung (z.B. Zeichnung oder Collage)		Meine Herausforderungen Was ist in meiner Arbeit herausfordernd? Im Alltag? Was bereitet mir Schwierigkeiten oder Kopfweh?
		Meine Bedürfnisse Was brauche ich? In der Arbeit? Im Alltag? Was ist essentiell für mich? Was fehlt?
		Meine Interessen Womit verbringe ich meine Freizeit? Was mag ich? Was lese, schaue, höre ich regelmäßig?
Über mich Wie heiße ich? Was ist mein Wesenstyp? Was ist mein Geschlecht? (m/w/d) Wie alt bin ich? (Spanne) Mein Beruf Was habe ich gelernt? Wo arbeite ich? Was ist mein Arbeitsbereich in der Organisation?		Mein Verhalten Wie sehen meine Routinen, Rituale, Tagesabläufe aus?
Persönliches Woher komme ich? Was ist meine Mini-Lebensgeschichte?		Meine Ziele Wonach strebe ich? Wo möchte ich hin? Was ist mein persönliches Ziel?
		Was denke ich über die Idee? Fiktives Zitat (z.B. Was ist mein Fazit nach der ersten Anwendung?) Pro: Wie gewinnt die Idee an Wert für mich? Warum finde ich die Lösung gut? Contra: Was hält mich davon ab, die Lösung anzuwenden? Was erzeugt Widerstand?



Eine Initiative des Studiengangs Public Design



Eine Initiative des Studiengangs Public Design

