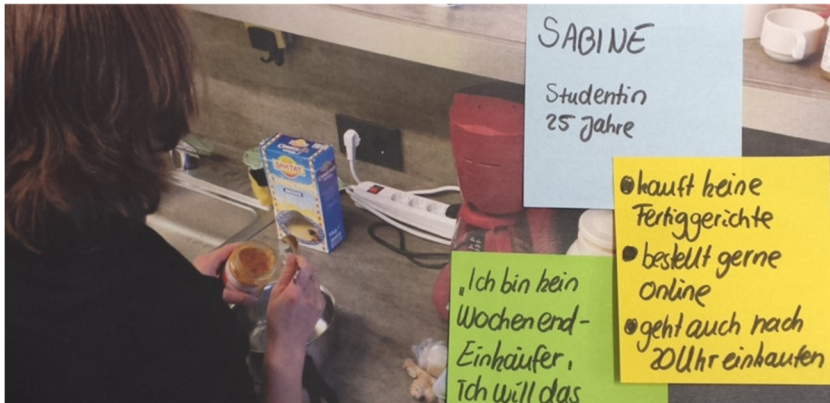




Personas



WANN:	Im Vorfeld der Entwicklung
WER:	System-Verantwortliche, Usability-Experten, Marketing-Beauftragte
DAUER:	Ca. 1 Std. pro Persona, sofern bereits Informationen über Zielgruppe und Nutzungskontext in Interviews gesammelt wurden
WOMIT:	Papier&Stift, Schreibprogramm/Präsentationsprogramm

Eine Persona repräsentiert die Eigenschaften, Aufgaben, Ziele und Verhaltensweisen einer Nutzergruppe. Diese prototypischen/ virtuellen Nutzer helfen, die wichtigsten Anforderungen an ein System zu bestimmen, können aber auch bei der Evaluation herangezogen werden. Meist werden mehrere Personas erstellt, um unterschiedliche Nutzergruppen zu berücksichtigen, z.B. Experten und Novizen.

Typische Fragen sind:

- „Wie können wir alle Anforderungen an unsere Software im Blick behalten?“
- „Wie machen wir unsere Zielgruppen für alle im Entwicklungsteam sichtbar?“

BEISPIEL FÜR EINE PERSONA EINES ONLINE-SHOPS

SABINE, STUDENTIN, 25 JAHRE

Sabine studiert Sozialwissenschaften und wohnt mit ihrem Freund in Berlin-Mitte. In ihrer Freizeit dreht sich alles ums Shoppen, Handarbeit und Kochen. Sabine arbeitet nebenbei in einer Agentur und ist viel unterwegs. Unter der Woche geht sie gerne Essen, kocht sich aber auch kleinere Portionen vor. Sie und ihr Freund organisieren regelmäßig Kochabende mit Freunden und sind leidenschaftliche Gastgeber. Sabine nutzt das Wochenende, um neue, vegane Gerichte auszuprobieren.

EINKAUFsverhalten

- Kauft keine Fertiggerichte
- Bestellt viele Dinge wie Kleidung, Bücher, Schuhe online
- Kauft Lebensmittel meist unter der Woche auf dem Rückweg von der Uni oder Arbeit, häufig auch nach 20 Uhr
- Spart nicht beim Kauf von Lebensmitteln, die Qualität muss stimmen

INTERNETNUTZUNG

Sabine muss für ihr Studium viel im Internet recherchieren. Sie verfolgt regelmäßig Koch- und Shopping-Blogs. Ihr Tablet hat sie fast immer dabei.

WÜNSCHE

- „Für ausgefallene Gewürze oder Lebensmittel will ich nicht durch die halbe Stadt fahren.“
- „Ich bin kein Wochenend-Einkäufer, ich will das nebenbei erledigen.“

VORTEILE DER METHODE

- Einsetzbar bei der Konzipierung, aber auch zur Evaluation eines Systems
- Präsenz von Personas erleichtert die Kommunikation im Entwicklungsteam
- Fokus auf den Nutzer wird gestärkt, seine Anforderungen werden sichtbar gemacht

CHECKLISTE

- Personas beschreiben keine realen Personen – sie basieren aber auf (recherchierten) Informationen über die Zielgruppe.
- Eine Persona wird erzählend beschrieben, eine bis maximal zwei Seiten genügen.
- Vermeiden Sie, lediglich Aufgaben aufzulisten – eine Persona ist viel mehr!
- Beschreiben Sie, wie ein typischer Tag Ihrer Persona ablaufen könnte.
- Welche Eigenschaften hat Ihre Persona, was sind Ihre Vorlieben, wer lebt und arbeitet in Ihrem Umfeld?
- Was wäre eine typische Aussage Ihrer Persona?
- Machen Sie Ihre Persona für alle im Team sichtbar, z.B. durch Flyer.
- Fotos der Personas oder markante Namen für diese können helfen, die Akzeptanz von Personas im Team zu erhöhen – und damit die Wahrscheinlichkeit, dass diese verwendet werden.

www.kompetenzzentrum-usability.digital

Gefördert durch:





Probieren Sie es jetzt aus!

SCHRITT 1: WER IST IHRE PERSONA?

Name: _____

Alter: _____ Familienstand: _____

Hobbys: _____

„Ich bin ein _____ Mensch!“

SCHRITT 2: WIE KÖNNTE IHRE PERSONA AUSSEHEN?

Welche Frisur hat sie? Welche Kleidung trägt sie? Was könnte im Hintergrund eines Fotos von Ihrer Persona zu sehen sein?

SCHRITT 3: SKIZZIEREN SIE VERHALTEN UND WÜNSCHE IHRER PERSONA!

„An einem warmen Tag mache ich am liebsten

_____“

„Wenn ich an meine Medikamente denke, dann

_____“

„An meinem Badezimmer gefällt mir, dass ich

_____“

Interesse an neuer Technik: niedrig mittel hoch

ERLÄUTERUNGEN ZU IHRER AUFGABE

Sie wollen einen intelligenten Medikamentenschrank für ein Badezimmer entwerfen, der Personen mit chronischer Erkrankung bei der täglichen Medikamenteneinnahme unterstützen soll, z.B. mithilfe einer Erinnerungsfunktion.

Welche Eigenschaften hat Ihre Persona? (Schritt 1)

Versuchen Sie, links ein Bild von Ihrer Persona zu erstellen (skizziert oder textuell beschrieben). (Schritt 2)

Was könnten typische Aussagen Ihrer Persona sein, welche Vorlieben hat sie? (Schritt 3)

RÜCKBLICK

Bitte reflektieren Sie kurz folgende Fragen:

- Welche Beschreibungen Ihrer Persona sind Ihnen leichter gefallen als andere? Woran könnte dies liegen?
- Wenn Sie Ihre Persona einem Bekannten zeigen würden – welches Bild hätte er dann von der Zielgruppe Ihres intelligenten Medikamentenschrankes?

WEITERFÜHRENDE INFOS

- Einen guten Einstieg in das Thema „Personas“ liefert: Pruitt, J., & Tamara, A. (2006). *The Persona Lifecycle: Keeping people in mind throughout product design*. Amsterdam: Elsevier.
- Drei Punkte, warum sich Personas lohnen, etwas ausführlicher beschrieben: http://www.uie.com/articles/benefits_of_personas/ [16.04.2018]
- Eine Anleitung zur Erstellung von Personas in sechs Schritten findet sich auf: <https://www.gruenderszene.de/allgemein/persona-personas-entwickeln> [16.04.2018]
- Auf dieser Seite finden sich einige Beispielfragen, die man sich bei der Erstellung von Personas stellen kann: <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html> [16.04.2018]

