LU02b: Benutzer identifizieren

Sobald der grobe Scope steht, taucht die nächste Frage auf: Für wen entwickeln wir das genau?

Wer sind bspw. die Nutzer:innen der Mensa-App: Schüler:innen? Lehrpersonen? Mensapersonal?

Um ein Produkt wirklich auf die Zielgruppe zuzuschneiden, muss man diese Zielgruppe verstehen. Genau dafür nutzt man Personas und Proto Personas – fiktive, aber realistische Darstellungen von echten oder potenziellen Nutzer:innen.

---

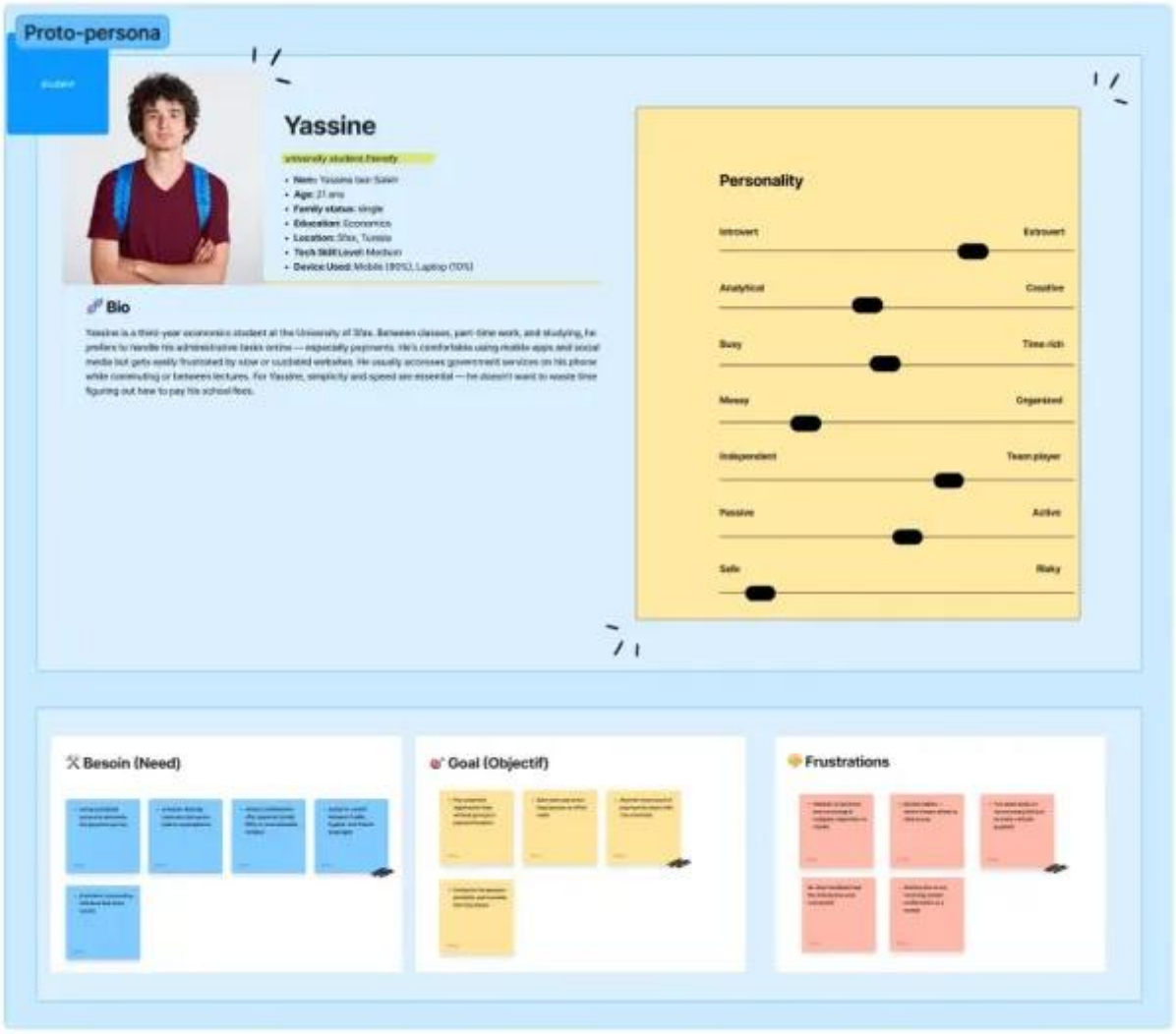
1. Proto Persona

 https://www.youtube.com/watch?v=netdG4sGYIA

Hier kommt die Proto Persona ins Spiel. Ein erstes, schnelles Werkzeug, um eine Vorstellung der Zielgruppe zu schaffen, bevor wir aufwändig recherchiert haben, oft direkt zu Projektbeginn.

Drei Merkmale:

- Basiert auf Annahmen: Hypothesen und erstem Team-Wissen, nicht auf Daten
- Schlank gehalten: Nur grobe Demografie, Ziele und mögliche Pain Points, keine Details
- Stützt sich auf das, was das Team zu wissen glaubt, nicht auf echte Nutzerforschung



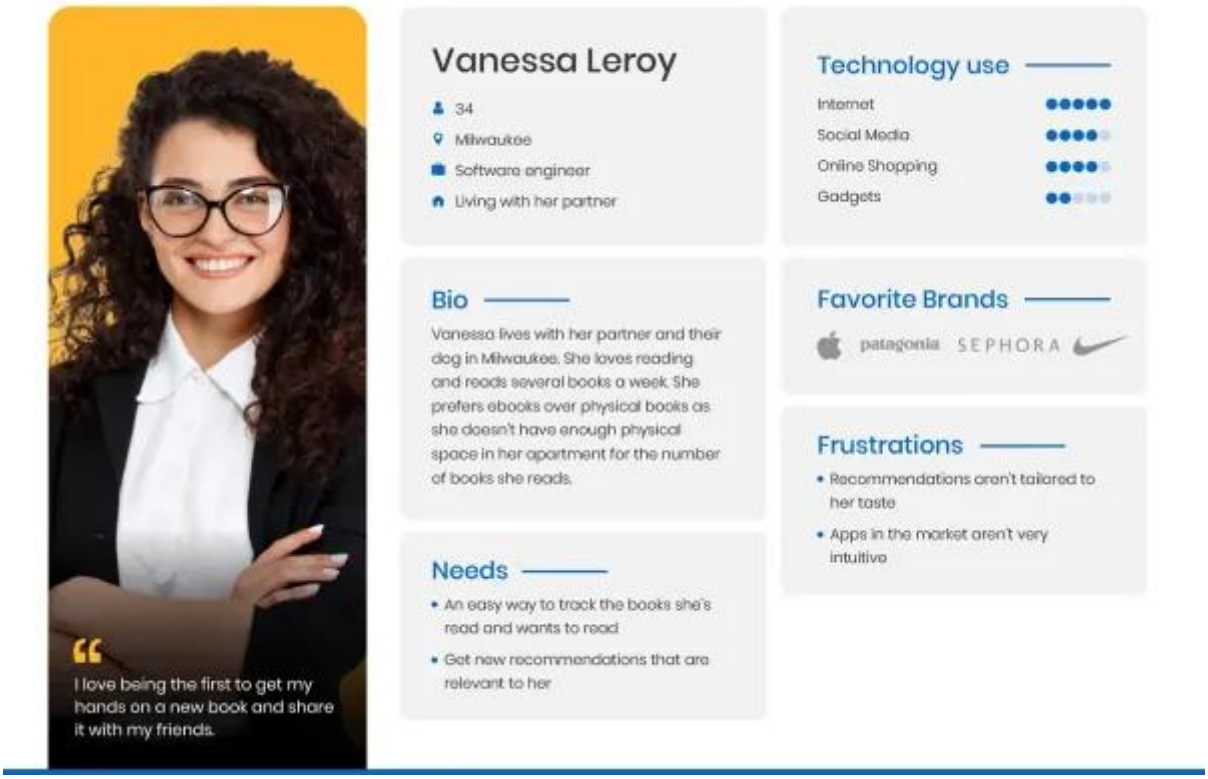
2. Persona

https://www.youtube.com/watch?v=rv9yfrV-EAs&list=PLJOFJ3Ok_ids-oEPCltCVtmdDOXiyttpq&index=3

Eine Persona ist eine fiktive, aber forschungsbasierte Figur, die eine ganze Nutzer- oder Kundengruppe repräsentiert. Sie basiert auf echten Daten und hilft euch, Verhalten, Bedürfnisse und Ziele der Nutzer:innen zu verstehen.

Drei Merkmale:

- Forschungsbasiert: Entsteht aus Interviews, Umfragen, Analytics und anderen Research-Methoden
- Detailliert: Enthält Demografie, Motivationen, Ziele, Pain Points, teils auch Interessen und Einstellungen
- Leitfaden für Design & Marketing: Hilft sicherzustellen, dass Produkt oder Kampagne wirklich zu den Bedürfnissen der Zielgruppe passt



---

3. Wann nutzt man was?

□□ Proto Persona: wenn noch kein Research vorliegt. Als Startpunkt für Team-Diskussionen □□ Persona: Sobald genug Daten vorhanden sind, um sie über den ganzen Entwicklungsprozess hinweg als verlässliche Referenz zu nutzen

---

ASPECT	PERSONA	PROTO-PERSONA
Data Source	Based on thorough research (user interviews, surveys, analytics)	Based on assumptions and limited team insights
Level of Detail	High detail, including demographics, psychographics, and user stories	High-level, broad, and simplified (fewer details)
Usage Stage	Typically used after extensive research, refined over time	Created early in the process, used as a starting point
Accuracy	Grounded in real data, more accurate and specific	Hypothetical, not yet validated
Purpose	To guide product development, marketing, and UX design	To inform initial ideation and align the team's vision

3.2 Wichtige Faustregeln

- Eine Proto Persona bleibt flexibel. Sie darf und soll angepasst werden, sobald neue Erkenntnisse dazukommen
- Weniger ist mehr: Proto Personas brauchen nur die Basics, keine Detailtiefe
- Eine Persona hingegen ist nie „fertig“, auch sie wird laufend validiert und weiterentwickelt, wenn neue Daten reinkommen

□□ Auch hier zeigt sich wieder das Grundprinzip von vorhin: Nichts ist in Stein gemeisselt. Genau wie beim Scoping und bei den Maps gilt: erst ein grober Entwurf, dann laufende Anpassung anhand

dessen, was ihr über eure Nutzer:innen lernt.

Quelle:
https://medium.com/@tahnyybelguith/understanding-personas-and-proto-personas-f66cbe6bf535

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/de/modul/m322/learningunits/lu02/theorie/02

Last update: **2026/08/25 09:54**