

LU04j - Das Persona-Modell

Das Modell der Persona ist ein fiktionaler Charakter, der beispielhaft für einen typischen Endnutzer:in steht. Bei der Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen, Filmprodukten, Erkläranimationen o. ä. hilft das Modell der Persona, sich in tieferliegende Bedürfnisse und Wünsche der potenziellen Zielgruppe hineinzuversetzen und sie sich bildlich vorzustellen.

Eine detaillierte Persona kann eine Vielzahl an Faktoren und Lebenssituationen erfassen, die das Nutzerverhalten beeinflussen. Besonders während der Initiierungsphase eines Projekts ist die Persona ein wichtiger Bestandteil bei der Erstellung eines nutzerzentrierten Standpunkts, der ein Problem treffend zusammenfasst und fokussiert.

Eine fiktive Persona wird üblicherweise mit folgenden Bestandteilen definiert:

Persönliche Informationen

Vorname, Name, Alter, Herkunft

Lebensumstände

Beziehungsstatus, Familiensituation, Einkommen, Wohnsituation

Arbeit

Ausbildung, aktuelle Tätigkeit, Umfeld, Umgang mit Arbeitskollegen

Lebenslauf

Persönlichkeit Beispielsweise Werte, Stärken, Schwächen, Ängste

Zentrale & unerfüllte Bedürfnisse Diese bilden den wichtigsten Bestandteil für die weitere Nutzung der Persona.

Die Eigenschaften und Merkmale der Persona werden wie in einem Steckbrief zusammengefasst und sollten facettenreich sein. Hierfür können Name, Alter, Wohnort, Funktion, Hobbys, Vorlieben, Ziele, Wünsche oder Frustrationen aufgelistet werden.

Wichtig ist, das spezifische Problem der Persona im Hinterkopf zu behalten, damit definiert werden kann, wieso die finale Lösung bzw. das Projektergebnis der Persona eindeutig einen Mehrnutzen bringen kann.

Damit keine Persönlichkeitsrechte während dem Erstellen von Personas verletzt werden, sind auch die in Personas verwendeten Porträtbilder natürlich fiktiv – meistens stammen diese von AI-basierten Bildgeneratoren.

Beispiel für eine Persona

Für den Schweizer Ableger eines weltberühmten Kameraherstellers soll auf dessen bestehender Website eine neue Rubrik erstellt werden. Auf dieser sollen Besitzer einer Kamera eigens produzierte, unkomprimierte Raw-Fotografien einem grossen Publikum zur freien Verfügung stellen können.

Der Kamerahersteller erwartet durch diese neue Webpage, dass sich so mehr potenzielle Kunden für eine Kamera entscheiden werden.

Damit grundsätzlich definiert werden kann, wie die neue Webpage aussehen soll, welche Funktionen sie beinhalten und wie sie aufgerufen und bedient werden soll, werden mehrere fiktive Webpagenutzer definiert.

Die projektspezifischen Entscheidungen werden dann genau auf diese Personas angepasst. Mittels den fiktiven Personas sollen die Anforderungen an die neue Webpage definiert werden.

Wenn die Webpage finalisiert sein wird, werden diese Personas wiederum verwendet, um marketingspezifische Werbestrategien festlegen zu können.

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



Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/de/modul/m431_med/learningunits/lu04/personas?rev=1758602162

Last update: **2025/09/23 06:36**