

SmartPM Toolbox

Tool 002: Personas



Um was geht es?

Mit Personas (lat. Maske) bezeichnet man ein Hilfsmittel, das ursprünglich aus der Software-Entwicklung kommt. Damit wird einem anonymen Anwender ein echtes Gesicht gegeben. Oft dienen Marktforschungsergebnisse als Grundlage. (Es geht aber auch ohne) So entsteht für jeden Benutzertyp ein klares greifbares Bild des zukünftigen Anwenders.

Es ist das richtige Tool, wenn

- Sie keinen direkten Kunden haben, der Ihnen seine Anforderungen nennt
- Ihre Entwickler weit weg von den Anforderern sitzen
- Sie eine diffuse Gruppe von Kunden haben
- Sie sehr kritische Anwender haben
- Ihre Entwickler bisher kein Glück mit Anwenderakzeptanz hatten

Das ist die Wirkung, wenn Sie dieses Tool einsetzen

Sie erhalten

- **Eine höhere Identifikation** mit dem späteren Nutzer
- **Neutralität der Entwickler.** Sie fragen sich nicht „Wie würde ich das Produkt bedienen?“
- **Gemeinsame Ausrichtung.** Die Entwickler haben alle das gleiche, eindeutige Bild des Anwenders vor Augen
- **Fokus auf den Benutzer.** An zentraler Stelle sichtbar gemacht, ist der Nutzer für das Projektteam immer im Fokus
- **Verständlichkeit.** Die Sprache der Personas ist für jedes Teammitglied verstehbar
- **Streben nach innerer Kundenzufriedenheit.** Auch antizipierte persönliche Wünsche und Ziele des Nutzers fließen in die Personas ein und sorgen so für einen Zugang zur Gefühlswelt des Nutzers

Hintergrund

Das Modell der Personas wurde 1998 ausführlich von Alan Cooper in seinem Buch „*The Inmates Are Running the Asylum*“ beschrieben. Sein Gebiet ist die Forschung im Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion.

Was sind Personas?

- Eine Persona ist ein hypothetischer Nutzer. Diese fiktive Person mit individuellen Eigenschaften steht stellvertretend für die Mitglieder einer realen User-Gruppe, die eine Applikation, Website o.ä. später auch tatsächlich verwenden.
- Zwar basieren Personas zum Teil auf Marktforschungsdaten, Online-Befragungen usw., allerdings geht das Modell über eine klassische Zielgruppenbeschreibung hinaus. Aus den vorhandenen Daten werden zunächst beispielhafte Nutzer (z.B. nach Geschlecht, Alter etc.) extrahiert. Diese Beispiel-User erhalten hypothetische (aber naheliegende) persönliche Eigenschaften wie Namen, Aussehen, Beruf, Bildung, Interessen, Fähigkeiten, Erfahrungen usw.
- Personas ersetzen also die abstrakte Masse der späteren Nutzer durch prototypische fiktive Persönlichkeiten mit spezifischen Eigenschaften und erfüllen den anonymen End-User schon während des Entwicklungsprozesses mit „Leben“.

(Quelle: Martin Seibert, 2008 in blog.seibert-media.net)

Vorgehensweise

1. Als Form der Persona-Erstellung eignet sich eine Teamsitzung. Um eine Persona zu erstellen, brauchen Sie ca. zwei bis drei Stunden.
2. Sie können die Persona als Mindmap am Flipchart, einem Whiteboard, oder auf einem großen Plakat erstellen. Natürlich geht es auch am Computer, erfahrungsgemäß funktioniert es aber besser, je greifbarer der Vorgang der Erstellung ist.
3. Tragen Sie nun nach der folgenden Liste so viele Eigenschaften der Persona zusammen, wie nur möglich. Sie werden bemerken, dass hierbei ein kreativer Prozess entsteht.
4. Haben Sie keine Angst, sich Dinge auszudenken. Sie werden bestimmt im Team miteinander zu diskutieren beginnen? Hat *Bert Benutzer* Kinder? Welche Partei wählt er? Wohin fährt er in Urlaub? Dieser Prozess ist spannend und wichtig für die Auseinandersetzung mit der Persona.
5. Arbeiten Sie anhand der folgenden Liste, aber nehmen Sie sich die Freiheit, zu ergänzen.

Hilfsmittel

Diese Tabelle dient als Vorschlag und Beispiel für alle Eigenschaften, die zu einer Persona gehören können.

- Vorname, Name. Aussehen (Foto!), Wohnort, Geburtsdatum, Spitzname, Familienstand, Infos zum Partner, Kinder, Beziehungssituation, Verwandte, Freunde, Ex-Beziehungen / Geschichte, Haustiere, Beruf, Funktion / Verantwortlichkeiten, Aufgaben.
- Wie geht es ihm/ihr im Job?, Monatl. Einkommen, Ausbildung, Wissen, Fähigkeiten, kann besonders gut, kann nicht so gut. Statur, Kleidung, Stil, Accessoires, Stimme, Hobbies / Leidenschaften, Lieblingsbücher, Lieblingsfilme, Lieblingssendungen im TV, Sport, Lieblingsmusik, Urlaub, wo, was, wie oft. Sammelt? Wählt welche Partei?
- Wohnsituation, Automarke, Eltern, Verhältnis zu den Eltern, Verhältnis zu den Geschwistern, Allergien / Krankheiten.
- Glaubenssätze generell, Glaubenssätze zu Geld, Glaubenssätze zu Erfolg, Glaubenssätze zu Liebe, Ängste? Sorgen? Ticks?
- Ziele: Für dieses Jahr, Ziele bis zum Ruhestand.
- Welche Adjektive beschreiben ihn/sie?,
- Was stört ihn/sie in unserer Gesellschaft, was regt ihn/sie auf?
- Wovon träumt er/sie heimlich, würde es aber nicht zugeben?
- Welche Werte sind ihm/ihr wichtig?

Weitere Hinweise

- Sie können die Persona als Kollage entwickeln. Damit wird das Ergebnis noch anschaulicher. Stellen Sie dafür einen Stapel unterschiedlichster Zeitschriften zusammen. Finden Sie für die Eigenschaften Ihrer Persona die am besten passenden Bilder. (Ein Live-Beispiel finden Sie auf der nächsten Seite)
- Enorm hilfreich für eine gelungene Erstellung einer Persona ist Kreativität, Offenheit im Team und Erfahrung in Zielgruppendefinition und Anforderungsmanagement. Liegt das nicht vor, ist das Hinzuziehen eines erfahrenen Moderators empfehlenswert.
- Die Erstellung einer Persona ist nicht zu verwechseln mit dem Profiling in einer Stakeholderanalyse. Stakeholder sind bekannte Personen. Um ihr Profil für ein Stakeholdermanagement zu definieren sollten echte Informationen erhoben werden.

Beispiele



Lasse Poven, age 24, information management student



Background:

- Lasse is very interested in how the modern world deals with ir
- He is interested in visionary ideas (like "As We May Think" by constrained to one set of topics. Sometimes to the point of dis
- He would like to experiment or to set up a new website or web skills to turn his visions in to reality.
- He discovered wikis while he was doing research for his studies concept.
- After he heard about a university project that uses a wiki called immediately joined the team.
- ...

Mindset

- Loves Open Source software. Loves entrepreneurship.
- Loves team work.
- Often feels the helper in need.
- After some visits to twiki.org he has the impression that these about information management. It's such a mess...
- Wonders how he could offer his knowledge of information ma
- ...

Main questions / Needs (expressed latent)

- Is non-technical help appreciated at all? They are all so busy
- Where do I even start? Where can I make a change that is sig
- Who are running this place, and what are the rules of these p
- How do I provide help without stepping on someone's toes?
- How do I make myself known?
- ...

How to address / Solve Needs by

- An brief introduction on how to contribute. Introduction to TW
- An overview about (non-technical) areas of contribution. A pl
- A group / experts to ask
 - how and where can I help?
 - What do you think about my ideas to ...
 - Pointers to people. Who is online? Faces.
- ...

Quelle: Twiki.org

Quellen

- <http://blog.seibert-media.net/2008/09/12/personas-geben-zielgruppen-gesichter>
- [http://www.cooper.com/journal/2003/08/the origin of personas](http://www.cooper.com/journal/2003/08/the_origin_of_personas)
- <http://de.wikipedia.org/wiki/Personas>
- Durchführung von Persona-Workshops bei Roosige Zeiten
<http://nike-roos.de/uebersicht/workshops/>