

PERSONA

PROJEKTNAME _____

WAS & WARUM?

Nachdem wir Bedürfnis-Hindernis-Paare erstellt haben, füllen wir diese nun anhand der Persona mit Leben. Die Persona ist eine Stellvertreterin der Zielgruppe; für eines ihrer zentralen Bedürfnisse soll eine innovative und nachhaltige Lösung gefunden werden.

Routinen, Werte und Lebensumstände der Persona helfen uns dabei, die Persona und ihre Nachhaltigkeitsorientierung besser kennenzulernen. Dadurch können wir bedarfsgerechte Lösungen entwickeln, die sich optimal in den Tagesablauf der Persona integrieren lassen.

WIE?

Um ein realistisches Bild einer Persona zu entwerfen, können alle uns zur Verfügung stehenden Informationen genutzt werden. Diese entstammen meist entweder einer vorangegangenen Recherche (→ Template: Cultural Probes) oder unserer persönlichen Erfahrung.

Nachdem sich die Teammitglieder auf ein gemeinsames erstes Verständnis der Persona geeinigt haben, gilt es, dieses aus Nachhaltigkeitssicht zu beleuchten: Inwieweit spielen ökologische und soziale Themen für die Persona eine Rolle? Ist die Persona beispielsweise Vegetarierin? Und falls ja, aus welchen Gründen? Liegen ihr Tierwohl und Klimaschutz am Herzen oder will sie sich vor allem gesund ernähren?

Um nachhaltige Innovationen zu entwickeln, die sich an den Bedürfnissen der NutzerInnen orientieren, ist die Reflexion der Nachhaltigkeitsorientierung der Persona eine zentrale Voraussetzung.

PERSONA

ZEICHNE
DEINE PERSONA



Lebensstil

Ziele & Motivationen

Werte & Einstellungen

Probleme & Hindernisse

Ein typischer Tag

Name:
Alter:
Beruf:
Familienstand:
Wohnsituation:

Liebingsprodukte & Konsumverhalten