



Entwickeln Sie: „Was würde Julia dazu sagen?“

Chancen der Methode Persona

Tolle Ideen sind meist rasch da. Wir könnten doch mal dies machen, mal jenes ... Entscheidend ist aber am Ende, ob wir genau hingehört und hingeschaut haben, was die Menschen brauchen. So wie Jesus den blinden Bartimäus fragt: „Was willst Du, dass ich Dir tue?“, nehmen wir eine offene, nutzerorientierte Haltung ein. Wir lassen uns konsequent von der Perspektive der Menschen leiten, um die es geht. Durch die Methode Persona können wir uns in fremde Lebenswelten einfühlen, sie hilft uns, die Motivationen und Bedürfnisse unserer Zielgruppe besser zu verstehen.

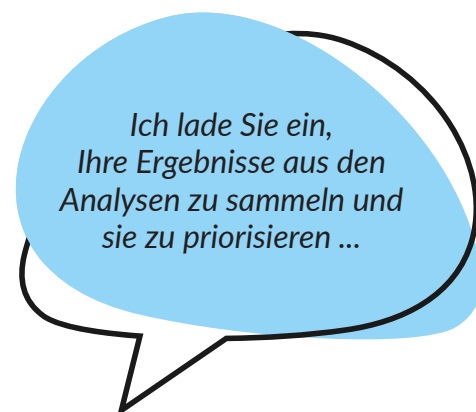
Was ist eine Persona?

Eine Persona ist dabei eine fiktive Person, die aus Verhaltensmustern, Werten und Einstellungen entwickelt wird, wie sie auch ein Mitglied der Zielgruppe haben würde. Dafür werten wir mithilfe des angefügten Arbeitsblatts Material aus, das wir zuvor durch Beobachtungen, Interviews und Analysen ermittelt haben.

Die Methode Persona kommt aus dem Design Thinking, das Sie ebenfalls in dieser Fragetasche finden. Sie wird in der Phase „Standpunkt definieren“ angewendet.

Ziel	Methode Persona als Baustein kennenlernen und einsetzen
Geeignet für	Teams und Projektgruppen
Materialien	– Vorlage ausgedruckt für jede Teilnehmerin und jeden Teilnehmer – Kugelschreiber, mehrere Bögen Flipchart-Papier, Moderationsstifte
Ort	Besprechungsraum, pro 3 Teilnehmende ein Tisch
Dauer	Je nach Gruppengröße 60 bis 90 Minuten

Datenlage schaffen: Erkenntnisse und Beobachtungen auswerten



... Schreiben Sie jeweils drei Big Points zu jeder Frage auf ein Flipchart. Welche Zahlen und Fakten z. B. aus Sozialraumanalysen der Städte und Landkreise oder aus dem kirchlichen Datenprogramm Mewis sind besonders relevant? Welche Beobachtungen und Wahrnehmungen z.B. aus Spaziergängen sind uns besonders wichtig? Welche Ergebnisse aus Interviews haben wir und welche sind uns besonders wichtig?

Tipps
auf der
Rückseite





Persona-Profil

Kopieren Sie die Vorlage für jede Teilnehmerin und jeden Teilnehmer

Mein Name:

Mein nächster Urlaub:

Ein typischer Tag:

Das ist ein Tick von mir:

**Mensch,
sag mal ...**

So sehe ich aus:

Mein Problem:

Haarfarbe, Größe, Alter, familiäre Situation etc.:

Meine Ziele:



Einführung in die Methode: eine Persona erstellen

- Suchen Sie nach Übereinstimmungen und Archetypen, die besonders auffällig sind.
- Beschreiben Sie dann eine möglichst konkrete Person mit ihren Bedürfnissen, Verhaltensmustern, Werten und Einstellungen. Wie sieht sie aus? Malen Sie ihr Profil. **Verwenden Sie dazu die Kopiervorlage im Innenteil.**
- Und schließlich: Geben Sie Ihrer Persona einen Namen, z.B. „Julia“, der typischerweise passen könnte.

So geht es weiter:

Laden Sie „Julia“ in Ihr Team ein. Sie wird Ihnen helfen, sich in die Lebenswelt der Menschen einzufühlen, denen Sie sich annähern wollen. Sie brauchen nur zu fragen: „Was würde Julia dazu sagen, wenn wir ...?“ Oder: „Wozu würden wir Julia verhelfen, wenn wir ...?“ Schon kommen Sie in Kontakt mit all dem Wissen, das Sie auf Ihren Erkundungen gesammelt haben – mit Sicherheit wird das Einfluss auf Ihre weiteren Ideen haben.

Sie können sich auch vom Denkmodell Design-Thinking-Prozess in dieser Tasche anregen lassen und die Weiterarbeit planen.

Tipps

- Wenn Sie mehr als drei Personen im Team sind, erarbeiten Sie parallel mehrere Personas. Vergleichen Sie diese und entwickeln daraus gemeinsam eine abschließende Persona. Sie haben dadurch den Vorteil, noch mehr Wahrnehmungen und Fakten verdichten zu können.
- Wir beraten Sie gerne, wo und wie Sie eine Persona einsetzen können:
Telefon 0911 4316191 oder
E-Mail christine.falk@afg-elkb.de
- Sie möchten sich weiterbilden?
Infos unter: www.fragetasche.de



Christine Falk



Michael Wolf

**Mensch,
sag mal ...**