

Was sind Personas und wie kann damit gearbeitet werden?

Personas sind fiktive Profile von Personen, die auf der Grundlage empirischer Forschungsdaten die Vielfalt einer Gruppe stellvertretend abbilden.

In Form von Steckbriefen vermitteln sie konkret und bildhaft einen Eindruck von den wichtigsten Merkmalen einzelner Vertreter*innen dieser Gruppen. Sie bilden prototypisch verschiedene Lebenslagen sowie Medien- und Digitalkompetenzen und diesbezügliche Einstellungen ab.

In unserem begleitenden Magazin „kompetent“ können Sie mehr über die Erstellung der Personas lesen:

- Überblick darüber, was Personas generell sind, wie man sie entwickeln kann und für wen sie interessant sind: <https://digid.jff.de/magazin/transfer/fuenf-fragen-an-die-erstellung-von-personas/>
- Eltern mit minderjährigen Kindern:
<https://digid.jff.de/magazin/transfer/auf-dem-weg-zu-personas-digitalkompetenz-von-eltern-in-ihrer-vielfalt-adressieren/>
- Ältere Menschen in der Bevölkerung:
<https://digid.jff.de/magazin/transfer/ein-faecher-differenter-perspektiven-entwicklung-von-personas-zur-foerderung-von-digitalkompetenzen-im-alter/>

Ein Projekt von



Medienpädagogik in
Forschung und Praxis

In Kooperation mit



Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Warum mit Personas arbeiten?

Die Arbeit mit den Personas unterstützt Sie dabei, Ihre Zielgruppe in ihrer ganzen Breite zu erreichen und Ihre Angebote auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Nutzer*innen auszurichten.

Die Persona-Methode ist ein Werkzeug, um sich in Ihre Zielgruppe hineinzuversetzen, ihre Einstellungen und Handlungsmotivationen nachzuvollziehen und ihre Bildungs- und Unterstützungsbedarfe zu verstehen.

Mit den datengestützten Personas eignen Sie sich zudem Wissen zu Teilzielgruppen an, zu denen Ihnen bislang verhältnismäßig wenige oder undifferenzierte digitalisierungsbezogene Informationen vorliegen (z. B. zu Menschen mit kognitiven, sprachlichen oder körperlichen Einschränkungen oder zu Menschen mit Migrationsbiografie) bzw. zu Personengruppen, die Sie als schwer erreichbar empfinden, aber gern verstärkt adressieren möchten.

Wofür können Personas eingesetzt werden?

Planung und Konzeption von Angeboten

Personas helfen dabei, die Bedürfnisse und Herausforderungen unterschiedlicher Gruppen besser zu verstehen. So können die Angebote passgenau auf die Interessen, Fähigkeiten und Lernbedürfnisse der Zielgruppen abgestimmt werden.

Evaluation von Angeboten

Mit Personas können bestehende Angebote oder Kommunikationswege überprüft und gegebenenfalls angepasst werden, um sicherzustellen, dass sie die Bedürfnisse der Zielgruppe erfüllen. Falls nötig, lassen sich Inhalte, Sprache oder Zugangswege entsprechend ändern.

Zielgruppenspezifische Ansprache

Personas helfen dabei, Angebote gezielt und ansprechend zu bewerben, indem sie die passenden Kanäle und die richtige Ansprache für jede Zielgruppe einer entsprechenden Modifikation unterziehen.

In unserem begleitenden Magazin „kompetent“ können Sie detaillierter zu den Einsatzmöglichkeiten von Personas lesen:

<https://digid.jff.de/magazin/transfer/personas-koennen-dazu-beitragen-eine-inklusive-gesellschaft-zu-gestalten/>

