

# Personas in der Praxis

**Astrid Beck**  
 GUI Design  
 Offenbachstr. 18  
 70195 Stuttgart  
 Astrid\_Beck@gui-design.de  
 www.gui-design.de

**Henrik Eichstädt**  
 Fachgebiet Multimediale  
 Anwendungssysteme  
 Technische Universität Ilmenau  
 Am Eichicht 1  
 98693 Ilmenau  
 henrik.eichstaedt@tu-ilmenau.de  
 www.tu-ilmenau.de/mma

**Werner Schweibenz**  
 Fachrichtung  
 Informationswissenschaft  
 Universität des Saarlandes  
 Saarbrücken  
 w.schweibenz@rz.uni-saarland.de  
 usability.is.uni-sb.de

**Birgit Gaiser**  
 Institut für Wissensmedien  
 Konrad-Adenauer-Str. 40  
 72072 Tübingen  
 b.gaiser@iwm-kmrc.de  
 www.iwm-kmrc.de

**Peter von Savigny**  
 Habichtsweg 5  
 22307 Hamburg  
 pvs@savigny-userresearch.de  
 www.savigny-userresearch.de

**Ulf Schubert**  
 openeyes®  
 Eduard-Rosenthal-Str. 30  
 99423 Weimar  
 schubert@openeyes.de  
 www.openeyes.de

## Abstract

Die Personas-Methode wird im Bereich der Website- und Softwareentwicklung zur Evaluation, aber auch zum Design komplexer Systeme zunehmend eingesetzt. Welche Potenziale und welche Probleme birgt die Anwendung des Verfahrens? Wie können Personas in den Entwicklungsprozess integriert werden? Auf diese und weiterführende Fragen gibt der UPA Workshop im Rahmen der

Mensch & Computer 2005 Antworten. Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte sollen den Teilnehmern Hintergrundinformationen liefern und zur Diskussion motivieren.

## Keywords

Personas, User Experience, Usability-Methoden, Softwareentwicklung

## 1.0 Einleitung

Neben klassischen Usability-Methoden wird zunehmend die Personas-Methode im Bereich der Website- und Softwareentwicklung zur Evaluation, aber auch zum Design komplexer Systeme eingesetzt. Dies zeigt sich in der verstärkten Diskussion zum Thema in Foren, auf Tagungen und in diversen Veröffentlichungen (vgl. Savigny 2005, Beck 2004), die das methodische Vorgehen, aber auch Erfahrungsberichte zum Einsatz des Verfahrens zum Inhalt haben.

Personas sind archetypische Benutzer, die stellvertretend für Gruppen realer Benutzer mit ähnlichen Anforderungen, Bedürfnissen und Zielen stehen. Die

Personas-Methode erlaubt den Entwicklern einen authentischen Einblick in die Lebens- und Vorstellungswelt der unterschiedlichen potentiellen Nutzer, indem sie abstrakte Zielgruppeninformationen mit der Präsenz je eines spezifischen Benutzers beleben (Sinha 2003). Als eine Art Projektionsfolie helfen Personas (informationelle) Bedürfnisse und mögliche Verhaltensmuster zu identifizieren. Das Nachvollziehen der Anforderungen, Bedürfnisse und Ziele der Zielgruppe sowie der mentalen Modelle der Nutzer ist für das Design komplexer Informationsangebote wesentlich (Sinha 2003, Schweibenz 2004). Nützliche Funktionalitäten können für Designprozesse in Abhängigkeit der Bedürfnisse, Interessen und möglichen

Aktionen der Personas abgeleitet, bestehende Realisierungen mit Hilfe der Personas-Technik überprüft werden. Fragen wie »Würde Persona XY diese Funktion nutzen?« schaffen einen gemeinsamen Bezugsrahmen und »common ground« für Diskussion der Ausgestaltung der Systeme im Einzelnen.

## 2.0 Grundlage zur Erstellung von Personas

Wie werden Personas im Entwurfsprozess ausgearbeitet? Um einerseits im Projektteam glaubwürdig zu wirken und andererseits zu einer besseren Benutzungsfreundlichkeit einer Applikation oder Website beizutragen,

können Personas nicht beliebig gestaltet werden. Bei der Gestaltung von Personas kann zwischen den zwei Ansätzen »reale Personas« und »realistische Personas« unterschieden werden.

Reale Personas basieren auf qualitativen und quantitativen Daten, die in Untersuchungen zur Zielgruppe gewonnen werden (Pruitt & Grudin 2003). Durch die datenorientierte Generierung bilden reale Personas mit detaillierten Beschreibungen die Zielgruppe genau ab.

Realistische Personas (Ad-Hoc Personas) werden in Gesprächen mit z. B. dem Entwicklungsteam, den Marketingverantwortlichen und/oder der Kundenbetreuung einer Applikation oder Website erarbeitet. Realistische Personas spiegeln mit kurzen Beschreibungen die subjektive Wahrnehmung der Zielgruppe wider. Sie dienen dazu, eine schnelle Identifikation mit der Zielgruppe zu ermöglichen, und unterstützen die Kommunikation (Norman 2004). Die Gefahr bei der Generierung von Personas mittels dieses Ansatzes besteht darin, dass lediglich Stereotypen beschrieben werden, die ohnehin die Entwicklung implizit steuern. Im Folgenden soll die Gestaltung von realen Personas betrachtet werden.

Die Grundlage für eine sinnvolle Arbeit mit Personas sind qualitative und quantitative Daten auf der Basis von Benutzerbefragungen bzw. -beobachtungen (zu den Methoden der Datenerhebung, -interpretation und -analyse siehe z. B. Preece et al. 2002, speziell für Personas s. Calabria 2004).

Die Gewinnung der Informationen über die Zielgruppen geschieht beispielsweise durch Gespräche mit Abteilungen wie Marketing und Kundenbetreuung oder Produktmanagement, Umfragen mit konventionellen oder Online-Fragebögen, Einzelinterviews oder Fokusgruppen-

Interviews mit Benutzern, direkte Beobachtung von Benutzern im Usability-Labor oder vor Ort. Eine Umfrage, die Benutzer danach fragt, was sie wollen, wird allerdings niemals so wertvolle Ergebnisse liefern, wie das Entdecken dessen, was sie befriedigt, motiviert oder frustriert, durch direkte Beobachtung und Nachfrage vor Ort.

### 3.0 Anwendung der Personas-Methode

eines Produkts. Diese Informationen müssen gewonnen, interpretiert und analysiert werden (Schritt 1 und 2). Anschließend werden die Bedürfnisse und Ziele der Benutzer mit der Personas-Methode in Anforderungen an die Funktionen und die Gestaltung des Produkts übersetzt (Schritt 3). Dabei werden für jede wichtige Zielgruppe eine oder mehrere Personas entwickelt (Schritt 4). Im nächsten Schritt (Schritt 5) werden die typischen Eigenschaften und

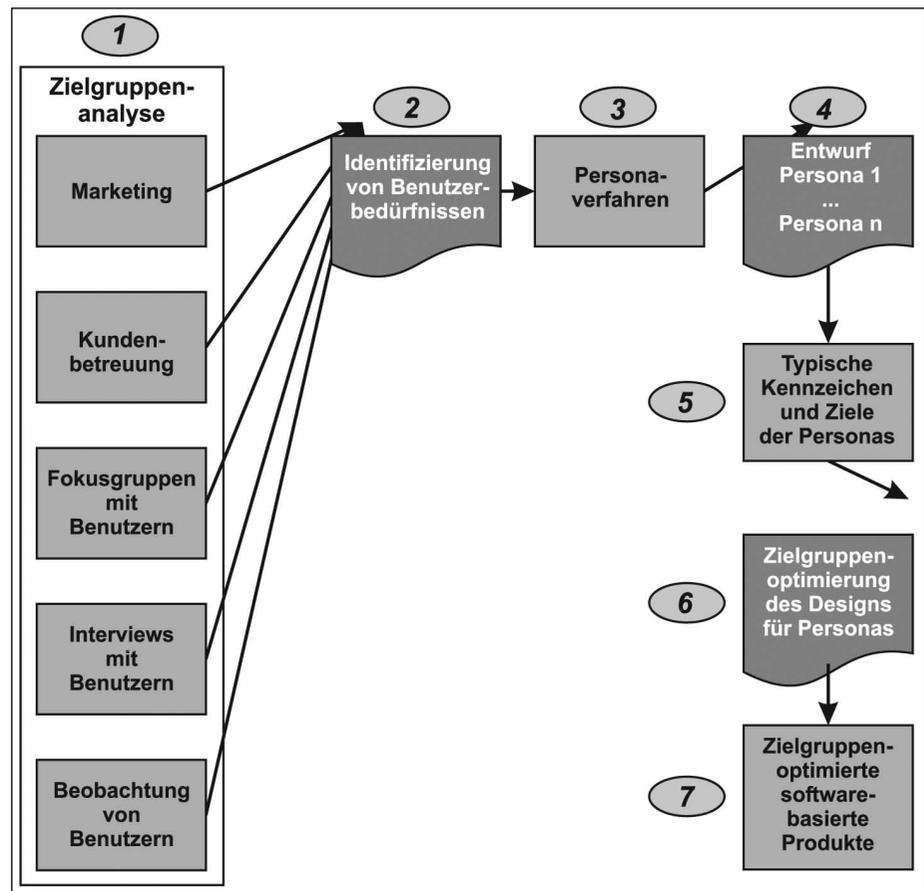


Abbildung 1 Arbeitsschritte beim Personagestützten Entwurf von Softwareprodukten

Abbildung 1 zeigt verschiedene Schritte bei der Arbeit mit der Personas-Methode auf der Basis von Informationen über die potenziellen oder tatsächlichen Benutzer

Kennzeichen eines großen Kreises von Benutzern einzelnen Personas zugeordnet und zwar so, dass jede Persona bestimmte stereotype Benutzercharakteris-

tiken annimmt. Dies wird für weitere Zielgruppen wiederholt, so dass eine größere Anzahl von Personas (meist drei bis neun) entsteht, die das mögliche Spektrum an typischen Benutzern abdecken. Diese Personas beschreiben die Bedürfnisse und Ziele der Zielgruppen in allen relevanten Einzelheiten, so dass das Design für diese Zielgruppen optimiert werden kann und als Ergebnis ein zielgruppenoptimiertes Produkt entsteht (Schritt 6 und 7).

Im Rahmen der Zielgruppenoptimierung (Schritt 6) wird für jede ausgewählte Persona ein Szenario entwickelt, in dem ausführlich beschrieben wird, wie die Persona das Produkt benutzt, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen (zu Szenarien siehe z. B. Dumas & Redish 1994). Diese Szenarien sind für die Arbeit am Design sehr wichtig, weil die Interaktionsdesigner die Rolle der Persona einnehmen und die Szenarien durchspielen. So kann die Validität des Designs und der zugrunde liegenden Annahmen überprüft werden, indem die Interaktionsdesigner versuchen, wie die Persona zu denken und handeln. Deshalb ist es wichtig, dass jedes Szenario einen bestimmten Anwendungsfall von Beginn bis Ende abdeckt, wobei nicht jedes Detail im Szenario auftauchen muss. Wichtiger als die detailgetreue Gestaltung des Szenarios ist seine Orientierung hin auf das Ziel der jeweiligen Persona.

#### 4.0 Integration von Personas in den Entwicklungsprozess

Um Personas zu einem aktiv genutzten Werkzeug der Softwareentwicklung zu machen, bedarf es neben der guten Dokumentation der Personas und deren Verwendung auch einer sinnvollen Integration in den Entwicklungsprozess. Zu Beginn eines Entwicklungsprojektes, bei dem die Personas-Methode eingesetzt

wird, steht meist Überzeugungsarbeit bei Projektteilnehmern, die die Methode und deren Vorteile nicht kennen und die Methode häufig als zeitaufwendige Spielerei ohne erkennbaren Nutzen betrachten. Manche Projektteilnehmer haben Probleme mit der Anwendung von Personas in Gruppengesprächen oder verweigern mit der Begründung »Ich kenne die Anwender« die Teilnahme an der Entwicklung. Um diese Anfangsschwierigkeiten zu beseitigen, hat es sich als vorteilhaft erwiesen, zu Beginn eines solchen Projektes allen Projektteilnehmern die Personas-Methode und deren Vorteile anhand von Fallstudien zu erläutern.

Um den größtmöglichen Nutzen aus den Personas zu ziehen, ist es notwendig, dass alle Projektteilnehmer die entwickelten Personas und deren Ziele verinnerlichen. Sonst besteht die Gefahr, dass bei der Anwendung viel Zeit für die wiederholte Erläuterung der Personas aufgewendet werden muss oder die Personas im Laufe des Projektes ganz in Vergessenheit geraten. Um eine gute Integration zu ermöglichen, sollte(n) deshalb:

- die Anzahl der verwendeten Personas überschaubar sein,
- die Beschreibung der Personas auf das für die Identifikation Notwendigste reduziert sein,
- die Aspekte einer Persona, welche für die Interaktion mit der Applikation interessant sind, im Vordergrund stehen,
- die Bilder der Personas oft verwendet werden, damit die Projektteilnehmer eine Beziehung aufbauen können,
- die Personas im Projekt allgegenwärtig kommuniziert werden, um so für alle Teilnehmer leicht zugänglich und erinnerbar zu werden, z. B. über Poster mit Bild und einer Kurzzusammenfassung, welche in den Arbeitsräumen hängen,

- jeder Projektteilnehmer eine Kurzreferenz mit den Personas zur Verfügung gestellt bekommt,
- Personas in Gesprächen wie bekannte real existierende Personen behandelt werden und
- Personas soweit möglich im Zusammenhang mit Szenarien verwendet werden, die mit realistischen und emotionalen Details versehen sind.

#### 5.0 Beispiel für ein Werkzeug, das Personas organisiert und verwaltet

In der Literatur werden bisher wenige Ausführungen dazu gemacht, mit welchen Unterstützungsmitteln und Werkzeugen Personas zu erstellen und verwalten sind. Gängige Tools sind sicher Textverarbeitung und Powerpoint. Es wird darüberhinaus von umfangreichen Postern berichtet, die in Teamräumen ausgehängt werden, z. B. bei IBM im Rahmen eines Notes-Projektes (s. Raven 2003). Problematisch an diesen Medien ist, dass die so erstellten Personas nicht jedem Projektmitglied unmittelbar zur Verfügung stehen. Änderungen sind nicht leicht und nicht von jedem Beteiligten durchführbar. Daher bieten netzbasierte, verteilte Lösungen mehr Möglichkeiten. Dabei werden Analyseergebnisse mit den kreierte Personas über das Internet oder das Intranet dem gesamten Team zugänglich gemacht. Allerdings ist es auch bei diesem Vorgehen nicht jedem möglich, Änderungen oder Ergänzungen vorzunehmen.

An der FHT Esslingen wurde daher von Claudio Ginocchio ein Tool entwickelt, mit dem jedes Teammitglied Personas erstellen, ändern und auch als PDF speichern kann (Easy Persona Creator 2005). Man muss sich als Benutzer eines Teams identifizieren und hat dann Zugriff auf alle Personas dieses Teams.