

## Was ist eine Persona?

Eine Persona ist ein Modell einer potenziellen, archetypischen Zielgruppe. Dieses Modell stellt nicht die durchschnittlichen Hauptnutzenden dar, sondern eine Vertretung einer von vielen möglichen Zielgruppen mit ähnlichen Verhaltensweisen, Einstellungen und Motivationen. Eine Persona wird oft für einen bestimmten Bereich oder sogar für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung entwickelt. Zu diesem Zweck werden sowohl grundlegende Daten über die Nutzergruppe als auch konkrete Beschreibungen dieser Personas zusammengestellt.

## Was ist das SWEET Lantern Sustainability Persona Tool?

Das SWEET Lantern Persona Tool besteht aus 6 Persona-Karten und einem Factsheet, das erklärt, wie man Personas verwendet. Das SWEET Lantern Persona Tool wird als Teil, der von WP3 entwickelten Miro Toolbox verwendet. Zukünftige Anwendungen der Personas in realen Experimenten in Living Labs werden im Laufe der Zeit zur Miro Toolbox hinzugefügt.

## NUTZUNG DER PERSONAS

### Wieso und zu welchem Zweck sollte ich Personas verwenden?

- Die Verwendung von Personas hilft bei der Entwicklung einer neuen Lösung einen stärkeren Fokus auf die Nutzenden zu legen
- Verbesserung der Identifikation von Hürden (z. B. Definieren der Stufe des *Living Lab Integrative Process (LLIP)*), die proaktiv angegangen werden sollten, um die Einführung des Produkts, der Dienstleistung oder eines Veränderungsprozesses für bestimmte Zielgruppen zu unterstützen
- Nutzung von Erkenntnissen über Einstellungen, Motive, Präferenzen, Orientierungen und Verhaltensweisen einer bestimmten Zielgruppe für die Ideenfindung in der Designphase (z. B. *Ideate*-Schritt des LLIP)
- Verbesserung der Ausrichtung bestehender Produkte, Dienstleistungen und Kommunikationsmaterialien auf bestimmte Zielgruppen (z. B. Implementierungsschritt des LLIP)

## Wie wurden die Sustainability Personas entwickelt?

Wir haben eine halbsystematische Literaturrecherche durchgeführt, um Erkenntnisse aus wissenschaftlichen Segmentierungsstudien aus verschiedenen Bereichen (Mobilität, Wohnen, Arbeit, Ernährung und Konsum, Engagement) zu kombinieren. Daraus wurden Personas entwickelt, die auf Grund ihrer verhaltensbezogenen und sozio-psychologischen Merkmale geclustert werden können. Wir haben uns an den Erkenntnissen der umfassenden SWEET SWICE Lebensstiltypologie orientiert, die auf einer Schweizer Stichprobe basiert, und sie mit zusätzlicher Literatur aus 13 Studien aus Europa und Nordamerika erweitert.

### Welche Informationen sind auf der Sustainability Persona Card zu finden?

- Einleitung: Beschreibt die charakteristischsten Einstellungen, Motive, Präferenzen, Orientierungen und Verhaltensweisen einer Persona, die für Energie- und Nachhaltigkeitsprojekte relevant sind
- Zitat: Einblicke in die Gedanken der Personas, passend zu ihren Eigenschaften
- Netzdiagramm: Zeigt die verschiedenen Orientierungen und Werte einer Persona im Vergleich zu allen Personas.
- Tendenzen in der Soziodemografie: Vorherrschende sozio-demografische Merkmale der Persona
- Vorkommen in der Gesellschaft: Gibt eine Schätzung des Vorkommens der Persona in der Gesellschaft (diese Information basiert auf den sechs SWICE WP1 Lebensstiltypen (Sütterlin et al., 2024))
- Beschreibungen pro Bereich: Beschreibt Verhaltensweisen und Einstellungen in Bezug auf bestimmte Bereiche
- Bild der Persona: Zeichnung zur Visualisierung von Schlüsselmerkmalen der Persona

## WISSENSCHAFTS-BASIERTER ANSATZ

## Was sind Beispiele für den Einsatz von Personas?

- Barrieren identifizieren: Verwenden Sie ein fiktives Interview-Setting mit einer Persona, um Einblicke in spezifische Barrieren zu erhalten (z. B. in der Phase der Bedarfsermittlung eines Design Thinking-Prozesses)
- Entwickeln Sie Anwendungsfälle: Arbeiten Sie in kleinen Gruppen und erstellen Sie für jede Persona einen Anwendungsfall für das Produkt/die Dienstleistung
- Entwickeln Sie ein Verständnis für die Bedürfnisse der Nutzenden: Machen Sie ein Brainstorming über das Verhalten und die Gedanken der Persona, wenn sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung interagiert. Identifizieren Sie auf dieser Grundlage die Bedürfnisse, die die Persona haben könnte.

## Beispiel für einen Workshop-Prozess zur Entwicklung verschiedener Anwendungsfälle mit Hilfe der *Sustainability Personas*

1. Freiwillig, falls erforderlich: Fügen Sie realistische (datengesteuerte) Merkmale zu den 6 Personas in Bezug auf den jeweiligen Bereich hinzu, basierend auf den von den Personas bereitgestellten Informationen (z. B. die Absicht, automatisierte Geräte im Haushalt zu verwenden)
2. Teilnehmende: 6-18 Teilnehmende, wenn möglich aus verschiedenen Disziplinen, Einheiten, Hintergründen
3. Einführung durch eine\*n Moderator\*in in den Bereich, das spezifische Problem und mögliche Lösungswege/Produkte/ Dienstleistungen, die Sie während des Workshops behandeln möchten
4. Kurze Vorstellung der 6 Personas durch die moderierende Person
5. Aufteilung in 6 Gruppen, wobei jede Gruppe das Verständnis für eine Persona vertieft und versucht, sich in deren Lage zu versetzen
6. Gruppenarbeit: Entwickeln Sie einen realistischen Anwendungsfall für Ihre Persona: Identifizieren Sie ihre Handlungen, erforschen Sie ihre Gefühle und Emotionen und definieren Sie ihre Bedürfnisse in Bezug auf das vorliegende Produkt, die Dienstleistung oder die Lösung (z.B. mit Hilfe der Empathiekarte oder der Value Proposition Canvas, die in der in Deliverable 3.1 entwickelten Lantern LL Toolbox enthalten ist)
7. Präsentation aller Anwendungsfälle im Plenum (einschliesslich Feedback von der gesamten Gruppe)
8. Freiwillig: Identifizieren Sie die Nutzergruppen, die von der Lösung/dem Produkt angesprochen werden sollten (definieren Sie Kriterien für diese Bewertung)
9. Wichtige Erkenntnisse: Identifizieren Sie 3-5 Schlüsselerkenntnisse aus dem Workshop durch ein individuelles Brainstorming auf Karten, gefolgt von einer Gruppierung der Erkenntnisse der Teilnehmenden, um die wichtigsten zu identifizieren

**BEISPIELE FÜR DIE  
VERWENDUNG VON  
PERSONAS**

## Was sind die spezifischen Vor- und Nachteile der *Sustainability Personas*?

Die für das Persona Tool entwickelten Personas haben im Vergleich zu fiktiv entwickelten Personas spezifische Vor- und Nachteile. Als wissenschaftlich fundierte Personas werden sie auf der Grundlage bestehender Typologien aus der Literatur entwickelt. Die Personas spiegeln daher nicht nur die zu erwartenden sozialen Gruppen wider, sondern auch die wichtigsten sozialen Gruppen, die in der Gesellschaft durch Studien in verschiedenen Ländern identifiziert wurden. Eine fiktive Persona kann jedoch detaillierter, umfassender und ansprechender beschrieben werden. Außerdem sind die fiktiven Personas oft spezifischer in Bezug auf den tatsächlichen soziotechnischen Bereich, der untersucht werden soll.

**PRO  
UND KONTRA**