

PERSONA

Veröffentlicht am 25. August 2025 von Marie

PERSONA

Eine **Persona** ist ein **fiktives, aber realitätsnahes Profil**, das einen **typischen Vertreter einer Zielgruppe** beschreibt. Sie basiert auf **Daten, Recherchen und Erfahrungen** und hilft, die **Bedürfnisse, Ziele und Verhaltensweisen** von Nutzern besser zu verstehen.

Eine **Persona** enthält oft:

- **Name, Alter, Beruf und Lebenssituation**
- **Ziele und Motivationen**
- **Herausforderungen oder „Pain Points“**
- **Typische Verhaltensweisen und Entscheidungsprozesse**

Beispiel: Für einen **Online-Fitnesskurs** könnte eine Persona **„Anna, 34, berufstätige Mutter“** sein. Sie hat **wenig Zeit**, möchte aber **fit bleiben** und bevorzugt daher **mobile Workouts**.

Nutzen von Personas:

- **Zielgerichtete Inhalte** entwickeln (Texte, Angebote, Kampagnen)
- **Funktionen und Produkte** passgenau gestalten
- **UX-Design verbessern**, indem Nutzerbedürfnisse in den Mittelpunkt gestellt werden
- Vermeidung von „Design für alle“ – stattdessen Fokus auf **konkrete Zielgruppen**

Fazit:

Eine **Persona** macht abstrakte Zielgruppen greifbar. Sie hilft Teams, **bessere Entscheidungen für Nutzer** zu treffen – sei es im **Marketing, Webdesign oder in der Produktentwicklung**.