

UX-METHODENKOMPENDIUM

User Experience mit Durchblick

Design4Xperience

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

ENTWURF

Bedürfnispersona



Bedürfnispersona



LEITFADEN:
Nicht erforderlich

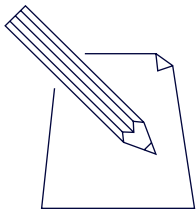


EINVERSTÄNDNIS-
ERKLÄRUNG:
Nicht erforderlich



TEILNEHMER

1 - 7



KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die Methode Bedürfnispersona ermöglicht es, mit Hilfe einer Persona einzelne Bedürfnisse und ihre Auswirkungen im menschlichen Verhalten, Reden, Denken und Fühlen fassbar zu machen.

BENÖTIGTE EXPERTISE

Mittel



Für die Durchführung ist ein tieferes Verständnis der Bedürfnisse und des UX Ansatzes nötig. Deshalb sollte ein Briefing durch einen Experten erfolgen. Anschließend kann die Methode autark von den Teilnehmern durchgeführt werden.

AUFWAND

Gering



1 Stunde

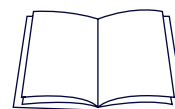
Der Vorbereitungsaufwand ist gering. Die Durchführung der Methode dauert ca. 30 Minuten.

MATERIAL

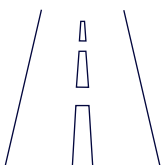


- Empathy Map
- Bedürfnisfächer
- Haftnotizen
- Stifte

QUELLEN



Krüger, A. E. ; Fronemann, N.; Peissner, M.: Das kreative Potential der Ingenieure: Menschzentrierte Ingenieurskunst. Stuttgarter Symposium für Produktentwicklung, Stuttgart, 2015



DURCHFÜHRUNG

Die Bedürfnispersona wird für ein spezifisches Bedürfnis im Team oder alleine entwickelt. Sie dient einem genaueren Verständnis der Bedürfnisse in einem spezifischen Kontext. Dazu wird die Empathy Map genutzt, auf dem die Aspekte Verhalten, Reden, Denken und Fühlen definiert werden. Die Ausprägung der einzelnen Aspekte wird für die Persona erarbeitet. D.h. Wie verhält sich die Persona mit einem stark ausgeprägten Bedürfnis nach Sicherheit? Was sagt sie? Was denkt sie und was fühlt sie? Die Ausprägungen dürfen überzogen sein, um den kreativ Prozess zu inspirieren. Die Bedürfnispersona ist eine Methode, die eigenständig, oder als Instrument für andere Methoden z.B. UX Concept Inspiration genutzt wird.

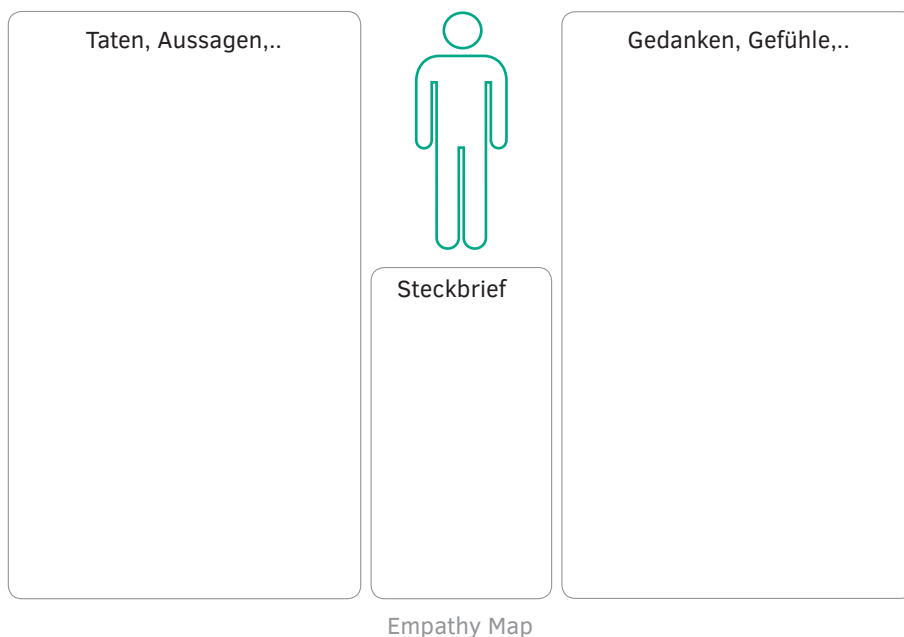
Die Bedürfnispersona ist ein Tool, welches das Thema User Experience und das dazugehörige Bedürfnismodell praktisch verständlich und greifbar gestaltet. Es geht hierbei nicht um die Vermittlung von trockenen theoretischen Fakten sondern um die Auseinandersetzung mit den einzelnen Bedürfnissen über das gemeinsame Entwickeln von stereotypischen Personen. Die Bedürfnispersona ist als Kreativitätstool zu verstehen, welches Impulse zum Nachdenken setzt, inspirierend wirkt und ein gemeinsames Verständnis im Team bzgl. der Bedürfnisse und der Auswirkungen auf die Anforderungen im Produktinnovationsprozess schafft.

Durchführung

Zunächst definiert man sich die relevanten Bedürfnisse für den Anwendungskontext des Produktinnovationsprozesses. Danach wird die Bedürfnispersona mit Hilfe der unten abgebildeten Empathy Map entwickelt.

Man konstruiert sich im Team eine fiktive Person, welche ein bestimmtes Bedürfnis besonders/extrem ausgeprägt hat. So stellt man sich z.B. bei dem Bedürfnis Sicherheit einen Sicherheitsfreak vor und wie dieser sich in einer bestimmten Situation verhalten, denken und fühlen würde.

Hierfür ist es relevant sich zunächst gemeinsam das Aussehen und den Steckbrief der Person (Alter, Beruf, Hobbies,..) zu erarbeiten, um ein gemeinsames Bild der Bedürfnispersona zu schaffen. Anschließend steigt man mit den äußerlich beobachtbaren (Taten, Aussagen) Fakten ein, um davon die inneren Aspekte (Gedanken, Gefühle) der Bedürfnispersona davon abzuleiten.



BEDÜRFNISPERSONA

Seite 51



- 01 Idealismus
- 02 Selbstverwirklichung
- 03 Popularität
- 04 Kompetenz
- 05 Autonomie
- 06 Sicherheit
- 07 Stimulation
- 08 Einfluss
- 09 Körperliches Wohlbefinden
- 10 Verbundenheit