

Personas für die LIFE-Zielgruppenansprache

Autorinnen: Katrin Heins und Svenja Renner
Mitarbeiterinnen im Projekt *konstruktiv*

Diese Publikation wurde im Rahmen des mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH22063 geförderten Projekts „konstruktiv“ entwickelt. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation liegt bei den Autorinnen.

Definition Personas:

„Personas (*lat. Maske*) sind Nutzermodelle, die Personen einer Zielgruppe in ihren Merkmalen charakterisieren. Sie können z. B. einem Entwicklerteam aufgrund ihrer umfangreichen Beschreibung helfen, sich in die Lage der potenziellen Nutzer zu versetzen und diese Perspektive während des gesamten Designprozesses leicht zu vertreten. Sie werden mit einem Namen, einem Gesicht, einer Funktion, einem Werdegang und einem Privatleben versehen. Personas verfügen über Ziele und Verhaltensweisen, haben Vorlieben und Erwartungen.“

(zitiert nach: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/personas>, abgerufen am 22.7.2020)

Für die Ausgestaltung der LIFE-Zielgruppenansprache wurden insgesamt acht Personas erstellt:

- Die ersten sechs Personas beschreiben Individualinteressent*innen, die aus eigener Motivation eine Weiterbildung anstreben.
- Die beiden letzten Personas beschreiben Interessent*innen aus Unternehmen, die nach Weiterbildungsmöglichkeiten für ihre Mitarbeiter*innen suchen.
- Die Persona „Mrs Pflegedidaktik“ wurde speziell für das Weiterbildende Studium „Pflegedidaktik“ entwickelt, das später aus LIFE ausgegliedert wurde. Sie ist hier der Vollständigkeit halber aufgeführt.

Anmerkung:

Personas werden entwickelt, um typische Nutzergruppen zu repräsentieren. Dabei arbeitet man quasi zwangsläufig mit Stereotypen – und auch mit Geschlechterrollen. Trotz dieser Problematik haben wir uns für diesen Weg entschieden, um authentische und lebendige Personas zu gestalten. Mehr zu dem Thema Personas und stereotype Geschlechterrollen findet sich bei Marsden, N.; Link, J.; Büllsfeld, E.: Personas und stereotype Geschlechterrollen.

https://www.researchgate.net/profile/Nicola_Marsden/publication/268218158_Personas_und_stereotype_Geschlechterrollen/links/546d5d8b0cf26e95bc3cb18d.pdf (abgerufen am 22.7.2020)

Typ:
„Mr Perfect“

- Einschlägiger Hochschulabschluss
- Einschlägige Berufserfahrung
- Aktuell berufstätig



Name: Michael
Geschlecht: männlich
Alter: 45 Jahre
Geburtsort: Bielefeld
Familienstand: verheiratet, 2 Kinder (7 & 11 J.)

Hintergrund:

- abgeschlossenes Studium als Maschinenbauingenieur an der TU Braunschweig
- 18 Jahre Berufserfahrung in drei verschiedenen mittelständischen Unternehmen
- Aktuell Produktionsleiter bei einem Automobilzulieferer in Delmenhorst

„Die Automobilbranche ist im Wandel und ich spüre, dass ich etwas tun muss, um mithalten zu können.“

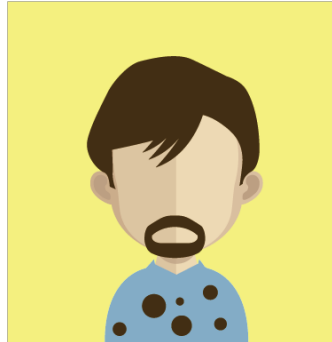
Was macht Mr Perfect perfekt? Und warum ist Mr Perfect keine Frau?

Mr Perfect ist auch Mrs Perfect. Selbstverständlich ist nicht das Geschlecht das Kriterium, das Mr und Mrs Perfect zu perfekten Interessent*innen für LIFE macht. Es ist sind folgende Faktoren:

- hohe fachliche Qualifikation
- eine etablierte berufliche Position mit gutem bis sehr gutem Einkommen
- die Lust, sich weiterzubilden
- die Bereitschaft, dies zu tun
- die finanziellen Ressourcen, Weiterbildung zu bezahlen
- ggf. die Unterstützung eines engagierten Arbeitgebers

Typ:
„Mr Wie geht es weiter?“

- arbeitsloser Akademiker
- nicht ganz einschlägiges Studium
- unspezifische Berufserfahrung



Name: Benjamin
Geschlecht: männlich
Alter: 35 Jahre
Geburtsort: Bremen
Familienstand: ledig, 2 Kinder (bei den Müttern lebend)

Hintergrund:

- nach 16 Semestern Biologiestudium mittelmäßig abgeschlossen
- Promotion abgebrochen
- kurzzeitig in der Entwicklungshilfe im Ausland gearbeitet
- 2 befristete WiMi-Stellen an der Uni und diverse unterschiedliche Praktika und Jobs

„Ich bin zurzeit arbeitslos und tue mich bei der Jobsuche schwer. Ich denke, dass meine Qualifikation zu spezifisch ist.“

Menschen in Umbruchsituationen

In der Erprobungsphase (mit der Möglichkeit, sich kostenlos weiterzubilden) hat LIFE viele Interessent*innen angesprochen, die sich in Umbruchsituationen befinden. Die Erfahrung war, dass LIFE als Möglichkeit, sich auf hohem Niveau weiterzubilden, gerade für Menschen interessant ist, die sich gerade nicht in festen Arbeitsverhältnissen befinden, da sie oftmals eine größere zeitliche Flexibilität mitbringen. Allerdings ist es für diese Personengruppe schwierig, ihre Weiterbildung selbst zu bezahlen. Um diese Gruppe weiterhin erfolgreich anzusprechen, müssten finanzielle Fördermöglichkeiten ausgeschöpft bzw. erschlossen werden.

Typ:
„Mrs Wiedereinstieg“

- einschlägiges Studium und einschlägige Berufserfahrung
- Familienpflichten



Name: Julia
Geschlecht: weiblich
Alter: 40 Jahre
Geburtsort: Achim
Familienstand: verheiratet, 2 Kinder (9 & 12 J.)

Hintergrund:

- Abgeschlossenes Bachelor-Studium der Pflegewissenschaft
- 3 Jahre einschlägige Berufserfahrung in einer Beratungseinrichtung für pflegende Angehörige

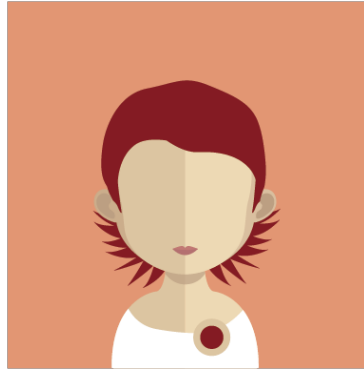
„In den letzten Jahren habe ich meine Kinder an erster Stelle gesehen. Jetzt möchte ich auch beruflich wieder Fuß fassen.“

Und warum ist Mrs Wiedereinstieg eine Frau?

Natürlich gibt es auch Männer, die nach der Familienpause den beruflichen Wiedereinstieg gestalten wollen. Aber in der Regel sieht die Realität eben doch noch so aus, dass es vor allem Frauen sind, die längere Zeit für die Familienarbeit in ihrem Beruf pausieren. Um eine Teilnahme an LIFE zu realisieren, ist es für diese Personengruppe wichtig, Unterstützung zu haben: zum einen in finanzieller Hinsicht, zum anderen in Bezug auf die Kinderbetreuung.

Typ:
„Mrs Uni ausprobieren“

- abgeschlossene einschlägige Berufsausbildung (kein Hochschulabschluss)
- langjährige einschlägige Berufserfahrung



Name: Aylin
Geschlecht: weiblich
Alter: 27 Jahre
Geburtsort: Bremerhaven
Familienstand: verheiratet, keine Kinder

Hintergrund:

- Fachabitur: Gesundheit und Soziales
- Abgeschlossener Berufsausbildung zur Gesundheits- und Krankenpflegerin
- Weiterbildung zur Hygienebeauftragten
- 5 Jahre einschlägige Berufserfahrung in zwei verschiedenen Kliniken

„Ich habe nicht studiert und möchte doch mal eine Universität selbst erleben. Außerdem glaube ich, dass mir das Modul für meine Karriere helfen kann.“

Newcomer an der Uni

Auf der Bachelor-Ebene spricht LIFE auch Interessent*innen an, die bislang noch keine Studienerfahrung haben. Für Interessent*innen mit einer beruflichen Ausbildung ist es eine interessante Herausforderung, eine neue Art des Lernens an der Universität zu entdecken. Was für diese Zielgruppe besonders wichtig ist, sind niedrigschwellige Orientierungsangebote – in der Informations- und Beratungsphase (z. B. zu den Zugangsvoraussetzungen), zum Start der Weiterbildung (Orientierung in der Uni-Betrieb) und zur Lernbegleitung (z. B. im wissenschaftlichen Arbeiten).

Typ:
„Mr Welcome in Germany“

- einschlägiges Studium im Ausland
- wenig Berufserfahrung



Name: Arian
Geschlecht: männlich
Alter: 33 Jahre
Geburtsort: Tirana (Albanien)
Familienstand: ledig, keine Kinder

Hintergrund:

- Abitur in Albanien
- abgeschlossenes Masterstudium der Informatik in Albanien und einjährige Berufserfahrung
- lebt seit drei Jahren in Deutschland
- gute Deutschkenntnisse (B2)
- 2 Praktika in Deutschland im IT Bereich

„Ich versuche beruflich in Deutschland Fuß zu fassen und bin etwas frustriert, weil ich es mir leichter vorgestellt habe.“

Newcomer in Deutschland

Diese Zielgruppe ist an wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten sehr stark interessiert. Sie haben in ihren Herkunftsländern oftmals schon ein Studium abgeschlossen, aber Probleme bei der Anerkennung ihrer Studienabschlüsse. Mit einer wissenschaftlichen Weiterbildung können sie ihre Kompetenzen für potenzielle Arbeitgeber orientieren. Wichtig ist für diese Zielgruppe zum einen eine kompetente Beratung bezüglich der benötigten Deutschkenntnisse und zum anderen die finanzielle Förderung der Weiterbildung.

Typ:

„Mr Autodidakt“

- fachfremdes Studium
- einschlägige Berufserfahrung



Name: Ralf
Geschlecht: männlich
Alter: 53 Jahre
Geburtsort: Bonn
Familienstand: geschieden, 1 erwachsenes Kind

Hintergrund:

- abgeschlossenes Lehramtsstudium (Politik, Sport)
- Autodidakt im IT-Bereich mit einigen kurzen Fortbildungen
- Selbstständig im Webdesign
- Als zweites Standbein seit zehn Jahren als Dozent in der Erwachsenenbildung tätig

„Ich arbeite zwar seit langem im IT-Bereich, habe mir aber das meiste selbst beigebracht. Nun möchte ich einen Nachweis erwerben und habe Lust, neue Technologien kennenzulernen.“

Selbst ist der Mann und die Frau.

Mr und Mrs Autodidakt sind begeisterte Lerner. Sie lernen eigentlich immer, und häufig hat ihr Studium inzwischen gar nichts mehr mit ihrem ausgeübten Beruf zu tun. Sie lernen nicht der Zeugnisse und Zertifikate wegen. Trotzdem kommen sie manchmal an einen Punkt – etwa in beruflichen Umbruchsituationen – an dem sie ihre Kompetenzen belegen müssen. Oder sie möchten sich selbst beweisen, dass ihre erworbenen Fähigkeiten auch hohen Anforderungen genügen. Mit dieser Motivation sind sie im Grunde ideale Bewerber*innen für LIFE. Problematisch kann aber u. U. der formale Nachweis über die Zugangsvoraussetzungen sein.

Typ:
„Mrs Pflegedidaktik“

- Berufsausbildung und abgebrochenes Studium
- langjährige einschlägige Berufserfahrung
- benötigt Nachweis aufgrund neuer gesetzlicher Bestimmungen



Name: Birgit
Geschlecht: weiblich
Alter: 55 Jahre
Geburtsort: Bremen
Familienstand: ledig, 3 erwachsene Kinder

Hintergrund:

- Abitur
- Berufsausbildung zur Krankenpflegerin
- Während der Familienzeit nebenberufliches Studium in Sozialer Arbeit, ohne Abschluss
- Seit 10 Jahren als Lehrkraft an einer Pflegefachschule

„Ich liebe das Unterrichten, allerdings habe ich keinen Studienabschluss und keine didaktische Ausbildung. Dies muss ich aufgrund geänderter gesetzlicher Vorgaben in Zukunft nachweisen können.“

Die Persona „Mrs Pflegedidaktik“ wurde speziell für das Weiterbildende Studium „Pflegedidaktik“ entwickelt, das später aus LIFE ausgegliedert wurde. Sie ist hier der Vollständigkeit halber aufgeführt.

LIFE für Unternehmen

LIFE wendet sich nicht nur an Individualinteressent*innen, sondern auch an Unternehmen, die Weiterbildungsangebote für ihre Mitarbeiter*innen suchen. Wichtig ist es hier u. a., mögliche Vorurteile gegen die wissenschaftliche Weiterbildung (z. B. Theorielastigkeit) abzubauen, und die Vorteile des wissenschaftlichen Lernens aufzuzeigen. Um sich als kompetenter Ansprechpartner für Unternehmen zu positionieren, hat LIFE daher unter „LIFE für Unternehmen“ eine eigene Zielgruppenansprache für Unternehmen entwickelt.

Der motivierte und innovative Personaler

- IT Branche:
Softwareentwicklung
-
- Mittelständisches Unternehmen
- Junges, dynamisches und innovatives Unternehmen in der Tech-Branche
- Unternehmensgröße: 100 Mitarbeiter



Name: Christian
Geschlecht: männlich
Alter: 35 Jahre
Geburtsort: Berlin
Familienstand: verheiratet, keine Kinder

Hintergrund:

- Studium BWL mit Schwerpunkt Personal.
- 3 Jahre Berufserfahrung als Recruiter bei Google.
- Wechsel zu kleinerem Unternehmen und in die Personalentwicklung.
- Überzeugt von neuen Instrumenten in der Personalentwicklung.

„Wir fördern die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden aktiv und schätzen flexible Angebote in den passenden Themen-Bereichen. Wir ermöglichen individuelle Pläne und unterstützen unsere Mitarbeitenden bei der Finanzierung.“

Die konservative Teamleitung

- Branche: Maschinenbau (Fertigung, Instandsetzung und Wartung)
- Unternehmensgröße: 35 Mitarbeiter
- Regionaler, traditioneller & alteingesessener Familienbetrieb



Name: Stefanie
Geschlecht: weiblich
Alter: 45 Jahre
Geburtsort: Bremen
Familienstand: in Partnerschaft, 1 Sohn (10 Jahre)

Hintergrund:

- Berufsausbildung im Unternehmen als Industriemechanikerin.
- Berufsbegleitendes Studium Maschinenbau.
- Aufstieg zur Teamleitung Bereich Fertigung.
- Seit 28 Jahren im Unternehmen.

„Die Auftragslage ist gut; ich brauche alle Mitarbeitenden und kann auf niemanden verzichten. Wer sich weiterbilden will, kann dies am Wochenende oder zu einem späteren Zeitpunkt tun.“