

PERSONA INSTITUT



# Persona Playbook

Mitarbeitende im IT-Bereich eines  
Versorgungsunternehmens

# Inhalt

- **Methodik & Datengrundlage**
- **Persona & operative Maßnahmen**



# Persona Institut: Datengrundlage

## MARKTFORSCHUNGSDATEN:

Dataset aus mehr als einer Million Interviews basierend auf standardisierten wissenschaftlichen Fragebögen.

Repräsentative Datengrundlage für mehr als 12 Länder, mehr als 1.000 Märkte und Branchen – vier Mal im Jahr aktualisiert.

### In diesem Beispiel:

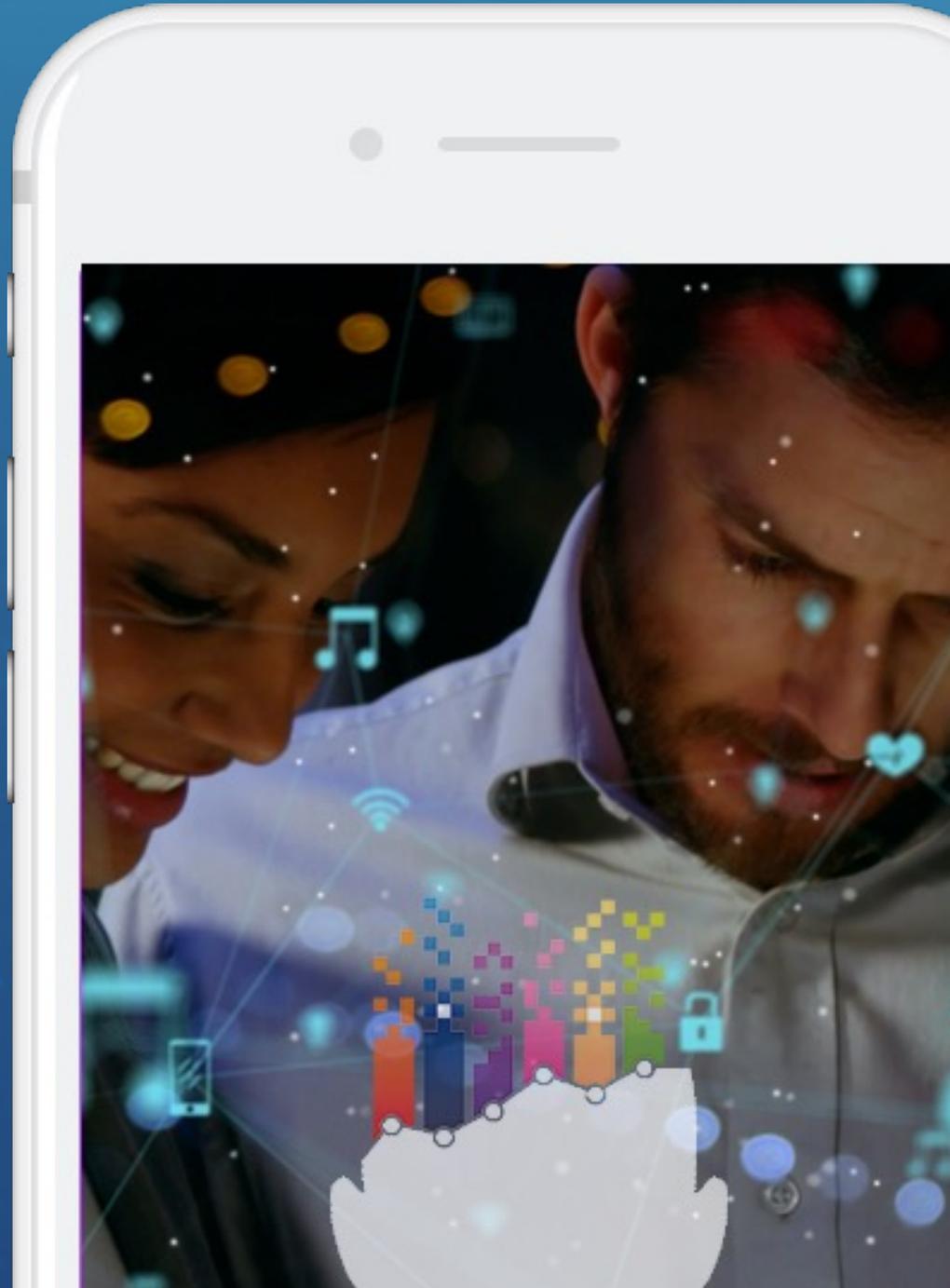
27.147 Befragte, 18 bis 64 Jahre, Erhebungszeitraum: 1. April 2021 bis 17. März 2022. Davon für diese Zielgruppenanalyse: 450 Teilnehmende.

## REPRÄSENTATIVE DATEN:

Statistische Bundes-/Landesämter, Markt-Media-Studien (VuMA, ...), Nielsen, Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, Gesellschaft für Konsumforschung, Deloitte, PWC, statista.com und viele mehr

## KUNDENDATEN:

Webanalyse-Daten, Social-Media-Nutzungsdaten, Umfragedaten und mehr



# Informatiker\*in im Versorgungsunternehmen

- **Painpoints / Herausforderungen:**
  - Personal- bzw. Fachkräftemangel
  - Häufig Quereinsteiger
  - Fühlt sich leicht ausgenutzt
  - keine Spezialisierungs- und Profilierungsmöglichkeiten (Statusgewinn)
- **Benefits:**
  - Planbarkeit/Routine/Sicherheit
  - Technisches Equipment (Smartphone)
  - Prämien/Anerkennung, die seine körperliche Fitness & Gesundheit fördern, wie Zuschuss zum Fitness-Studio, kostenlose Online-Fitness-Kurse, betriebliche Gesundheitsförderung (Sehtest, richtiges Sitzen)
  - Mitarbeit an Prestige-Projekten und/oder Veröffentlichungen
  - Fachliche Weiterbildungen/Spezialisierungen
- **Werbetouchpoints:**
  - Social-Media Ads (Facebook, Instagram)
  - YouTube Ads
  - SEA
  - Foren zu Technik
- **Ansprache:**
  - Lockere Ansprache, direkt, duzen
  - Kurz & knapp, auf den Punkt
  - Benefits nennen und zeigen (technisches Equipment)
  - Spezialisierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten erwähnen (Neugierde wecken)
  - Autonomie und , Gestaltungsmöglichkeiten erwähnen („Du gestaltest deinen Arbeitsalltag aktiv mit“)
  - Gesundheits- und sozialen Aspekt mit einbringen (kleines, cooles Team, Ausgleich durch Sportkurse)

Zur Sedcard

Zur Datengrundlage



Frank, 35

Alter: 35  
Familienstand: Verheiratet, Keine Kinder  
Politische Einstellung: Mitte  
Typ der Innovationsanpassung: Frühe Mehrheit

## Berufliche und finanzielle Situation

Beruf: Vollzeitangestellt  
Haushaltsnettoeinkommen: 36.000 bis 50.400 Euro  
Ausbildung: Berufsausbildung (Geselle / Meister)

## Wohnsituation

Wohnort: Hamburg  
Region: Hamburg  
Wohnart: Mietwohnung

## Einfluss durch die COVID-19 Pandemie

Ich kaufe mehr online (egal, ob Produkte oder Dienstleistungen)  
Ich vermeide persönliche Begegnungen mit anderen Menschen  
Ich habe Urlaubspläne geändert oder Urlaube abgesagt

## Frank im Detail

Der 35-jährige Frank wuchs als Sohn eines Handwerkers und einer Erzieherin mit zwei älteren Brüdern in einer Mietwohnung in Buxtehude bei Hamburg auf. Dort besuchte er die Realschule im Schulzentrum Buxtehude Süd und schloss diese mit 16 Jahren ab. Als Kind und Teenager hatte Frank oft mit dem Computer gespielt und war in seiner Familie meist der erste Ansprechpartner bei technischen Problemen. Da er sich in dieser Rolle sehr wohlfühlte und wollte er sein Wissen in diesem Bereich immer weiter ausbauen, um auch bei den komplexesten Fragen eine Antwort parat zu haben. Begonnen hatte er dabei mit dem Lesen von Büchern zum Thema IT und Bedienungsanleitungen aller möglichen Geräte im Haushalt. Nachdem ihm das nicht mehr ausgereicht hatte, schaute er sich auf YouTube fast täglich Videos zum Thema Technik und IT an oder tauschte sich mit echten Entwicklern aus.

Direkt nach seiner Schulzeit besuchte Frank eine berufsbildende Schule und machte eine Lehre zum Informatiker (Anwendungsentwickler) in einem jungen Unternehmen aus Hamburg. Dieses Unternehmen übernahm ihn direkt nach der Ausbildung, welcher er mit einer guten Note (2,1) abschloss. Seitdem hatte er seinen Arbeitgeber nicht gewechselt, da er dort seiner liebsten Tätigkeit – dem Lösen von technischen Problemen – nachgehen konnte und nach wenigen Jahren auch der Hauptansprechpartner für alle IT-Aufgaben war. Zudem war sein Bedürfnis nach einem festen und sicheren Arbeitsplatz dort

## Mediennutzung & Konsum

### Werbe-Touchpoints

Suchmaschinen  
Videoportale (z. B. YouTube)  
Online-Shops

### Nutzung von Verlagsmedien

ePaper / Online News-Webseiten  
Bücher (Print)  
E-Mags / Zeitschriften-Webseiten (zu Themen wie Fashion, Sport, ...)

### Konsum von Magazinen und Wochenzeitungen nach Marke

Der Spiegel  
stern  
Focus

### Käufe von ePapers + Online-News-Website Abos nach Marke

spiegel.de

### Nutzung sozialer Netzwerke nach Marke

YouTube  
Facebook  
Instagram

### Nutzung sozialer Netzwerke nach Häufigkeit

# Auszeichnungen und Awards

---

**Innovator**  
des Jahres 2022



# Zufriedene Kunden

---

**FUNKE**  
MEDIEN  
GRUPPE



// MAGIX



## Kontakt

Stefan Rippler

Email: [stefan.ripper@persona-institut.de](mailto:stefan.ripper@persona-institut.de)

Mobil: +49 175 590 594 5

[persona-institut.de](http://persona-institut.de)