

Branchenreport Usability 2012

Ergebnisse einer Befragung unter Usability Professionals in Deutschland



Sarah Diefenbach

Folkwang Universität der Künste
Universitätsstraße 12
45141 Essen
sarah.diefenbach@folkwang-uni.de

Daniel Ullrich

Technische Universität Darmstadt
Alexanderstraße 10
64283 Darmstadt
ullrich@psychologie.tu-darmstadt.de

Nina Kolb

Technische Universität Darmstadt
Alexanderstraße 10
64283 Darmstadt
nina.kolb@stud.tu-darmstadt.de

Abstract

Mit dem jährlichen Branchenreport Usability dokumentiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals, www.germanupa.de) die Situation von Usability und User Experience Professionals in Deutschland. Die Angaben von rund 280 Personen liefern Informationen zu Ausbildungs- und Karrierewegen, Arbeitsfeldern und Aufgabenbereichen, Verdienstmöglichkeiten, Herausforderungen bei der Unternehmensgründung sowie den wichtigsten Arbeitgebern der Branche.

Keywords:

/// Usability und User Experience Professionals
/// Ausbildung
/// Weiterbildung
/// Arbeitssituation
/// Gehaltsspiegel
/// Branche

1. Einleitung

Mit dem Branchenreport Usability informiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals, www.germanupa.de) über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Arbeitsfeld Usability/User Experience. Personen, die eine Tätigkeit im Usability-Bereich anstreben, erhalten so eine Übersicht über mögliche Ausbildungswege, eine realistische Einschätzung des Berufsfelds sowie eine Übersicht über potentielle spätere Arbeitgeber. Bereits in der Branche Tätige erhalten Anhaltswerte zur Einordnung ihrer momentanen Situation im Vergleich zu Kollegen. Neben einer faktenbasierten Beschreibung schildert der Branchenreport die Arbeitssituation der Befragten auch aus deren subjektiver Perspektive und dokumentiert erlebte Herausforderungen und Meinungen zu zukünftigen Aufgaben des Berufsverbands. Fragen hierzu umfassen beispielsweise die wichtigsten Faktoren für Zufriedenheit und Unzufriedenheit unter Arbeitnehmern, Schwierigkeiten bei der Unternehmensgründung im Usability-Bereich unter Selbstständigen, oder die Frage nach erlebten Herausforderungen und zukünftigen Aufgaben der Branche. So bieten die im Branchenreport gebündelten Informationen auch Anknüpfungspunkte

für Diskussionen zur Weiterentwicklung und Professionalisierung des Berufsbilds und bilden eine wichtige Grundlage für die Arbeit des Berufsverbands.

Ermöglicht wird der Branchenreport aber erst durch die regelmäßige Beteiligung von Usability und User Experience Professionals an unserer jährlichen landesweiten Befragung. Bei allen Teilnehmern möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bedanken!

Wie auch in den Vorjahren erfolgte die Erhebung mittels Online-Befragung im Zeitraum von Februar bis Mai. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladung in Usability/User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. Von insgesamt 408 Personen machten 277 Angaben zur Mehrzahl der Fragen, diese bilden die Grundlage für die folgenden Auswertungen. Etwas mehr als die Hälfte der 277 Teilnehmer (57%) beteiligte sich dieses Jahr erstmalig an der Befragung zum Branchenreport Usability, die restlichen hatten bereits im Vorjahr teilgenommen.

2. Aufbau der Befragung

Die Befragung umfasste insgesamt vier thematische Bereiche:

- **Demografie.** Erfragt wurden Alter, Geschlecht, Berufserfahrung sowie die Region des Arbeitsplatzes.
- **Aus- und Weiterbildung.** Erfragt wurden akademischer Abschluss, Studienfach und Universität, Berufs- und Zusatzausbildungen, bekannte Anbieter von Aus- und Weiterbildungen im Usability-Bereich, sowie eigene Aktivitäten zur Weiterbildung.
- **Momentane Position.** Erfragt wurden Arbeitsbereiche, Aufgabenschwerpunkte, der prozentuale Anteil der Arbeitszeit für Tätigkeiten im Bereich Usability/User Experience, die durchschnittliche Projektdauer, in Projekten typischerweise beteiligte weitere Berufsgruppen sowie eine Einschätzung, welcher Anteil der eigenen Vorschläge zur Verbesserung der Usability/User Experience tatsächlich realisiert wird. Darüber hinaus wurden spezifische Fragen an Angestellte und Selbstständige gerichtet:
 - Situation der Angestellten. Erfragt wurden Jobtitel, Stellenumfang, Unternehmenszugehörigkeit, Größe des Unternehmens, Anteil der Beschäftigten im Unternehmen im Bereich Usability/User Experience, Weiterbildungsmöglichkeiten,

Bruttogehalt sowie die wichtigsten Faktoren für Zufriedenheit und Unzufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber.

- Situation der Selbstständigen. Erfragt wurden Größe und Bezeichnung des Unternehmens, Zeitpunkt der Unternehmensgründung, durchschnittliche Dauer der Stellenbesetzung, üblicher Stunden- und/oder Tagessatz, sowie Herausforderungen bei der Unternehmensgründung.
- **Branche.** Erfragt wurden Meinungen zu den aktuellen Herausforderungen und notwendigen Schritten zur besseren Bewältigung der aktuellen Probleme der Branche, sowie die bekanntesten Unternehmen der Branche im deutschsprachigen Raum.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Befragung zum Branchenreport Usability 2012 vorgestellt. Unterschiede werden als signifikant bezeichnet, wenn eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $< 5\%$ vorliegt ($p < .05$).

3. Demografie

58% der Teilnehmer sind männlich, 42% weiblich. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 33,8 Jahren ($sd=7,4$; $min=20$; $max=64$), wobei in diesem Jahr erstmalig keine signifikanten Altersunterschiede zwischen Männern ($m=33,9$) und Frauen ($m=33,7$) festzustellen sind. Zurückzuführen ist dies auf das im Vergleich zu den Vorjahren niedrigere Durchschnittsalter der Männer (2011: 36,6; 2010: 34,8; 2009: 34,5; 2008: 35,5; 2007: 36,3). Im Schnitt haben die Teilnehmer 6,1 Jahre Berufserfahrung im Bereich Usability ($sd=5$; $min=0$; $max=34$), wobei die Mehrzahl (66%) seit weniger als 6 Jahren in der Branche tätig ist ($med=5$).

Die Region des Arbeitsplatzes wurde mittels Angabe des Bundeslandes abgefragt. Spitzenreiter mit der größten Zahl von Usability Professionals ist Bayern, hier arbeiten 21% der Befragten, gefolgt von

Berlin/Brandenburg (19%). Ebenfalls stark vertreten sind Nordrhein-Westfalen (13%), Baden-Württemberg (11%) sowie Hamburg/Schleswig-Holstein (11%). In allen anderen Bundesländern arbeiten jeweils unter 6% der Befragten. Abbildung 1 visualisiert die Verteilung der Befragten auf die unterschiedlichen Regionen Deutschlands.

[Abb. 1]



4. Aus- und Weiterbildung

4.1. Ausbildung

Die große Mehrheit der Befragten (252 Personen, 91%) hat ein Studium absolviert, hierunter 56% mit Diplom-Abschluss, 6% mit Magister-Abschluss, 15% mit Bachelor-Abschluss, 18% mit Master-Abschluss, 5% haben promoviert (Angaben zum höchsten akademischen Abschluss). Wie auch im Vorjahr ist das meist studierte Fach Psychologie (25 Personen), auf den zweiten Platz gerückt ist dieses Jahr die Medieninformatik (24 Personen), gefolgt von Informatik (18 Personen) sowie Informations- und Kommunikationsdesign (jeweils 9 Personen). Der meistgenannte Studienort ist in diesem Jahr Berlin, vertreten durch die TU Berlin (10 Personen) sowie die Humboldt Universität (9 Personen). Absolventen der Hochschule der Medien Stuttgart waren in diesem Jahr seltener vertreten als in den

Vorjahren: 2011 waren unter den Befragten noch 13 Personen, 2012 nun nur noch 7 Personen, die dort studiert haben.

Unter den insgesamt 64 Personen (23%), die anstelle oder zusätzlich zum Studium einen Ausbildungsberuf erlernt haben, sind mit 13 Personen die Mediengestalter/innen am häufigsten vertreten. Danach folgen mit jeweils 4 Nennungen Fachinformatiker/in und Bankkaufmann/frau.

4.2. Aktivitäten zur Weiterbildung

40 Personen (14%) haben eine speziell auf den Bereich Usability/User Experience ausgerichtete Zusatzausbildung absolviert. Am häufigsten genannt wurden hier die Ausbildung zum Usability Consultant am artop Institut der HU Berlin (15 Personen) sowie die Ausbildung zum Usability Engineer am Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik (FIT, 14 Personen). Zudem wurden die Teilnehmer in diesem Jahr auch zu (nicht unbedingt Usability-spezifischen) Fortbildungen befragt, von denen sie in Bezug auf Ihre aktuelle berufliche Tätigkeit besonders profitieren. Die Vielfalt der Nennungen reichte hier von fachspezifischen Seminaren (z. B. „Human Factors for Medical Devices“) über Fortbildungen im Bereich Projektmanagement oder Coaching bis hin zu Sprachkursen (z. B. „Business-Englisch“). Auch die im August letzten Jahres erstmals initiierte German UPA Summerschool wurde hier aufgeführt.

Die Relevanz verschiedener Informationsquellen zum Erwerb von Usability-Wissen im Berufsalltag wurde wie auch in den Vorjahren anhand einer fünfstufigen Skala (1=sehr unwichtig, 5=sehr wichtig) abgefragt. Die weiterhin wichtigsten Aktivitäten bleiben „Training on the job“ ($m=4,71$) und der Austausch mit Kollegen ($m=4,56$), spezifische Weiterbildungsangebote spielen hingegen eine geringere Rolle ($m=3,14$).

Als wichtigstes Weiterbildungsmedium wird wie auch schon im Vorjahr das Internet eingestuft ($m=4,21$), Bücher und Zeitschriften hingegen werden eher weniger



wichtig ($m=3,90$; wobei sich diese Bereiche mittlerweile nicht mehr klar trennen lassen, da sowohl Bücher als auch Zeitschriften immer häufiger auch in digitaler Form im Internet verfügbar sind).

Der Skalenwert bezüglich der Relevanz des Studiums liegt durchschnittlich bei 3,41; immerhin 50% bewerten ihr Studium als eher wichtig oder sehr wichtig für den Erwerb ihres Usability-Wissens. Am höchsten liegt dieser Anteil mit 76% unter den Psychologen, gefolgt von Informatikern und Informationsdesignern (jeweils 56%, Berücksichtigung von Studienfächern, für die Angaben von mindestens 5 Personen vorliegen).

5. Momentane Position

5.1. Arbeitsbereiche

Inspiziert durch die Vorschläge der Besucher des Vortrags zum Branchenreport 2011, wurden in diesem Jahr neben „Web“, „Mobile“, „Industrie“, „Büro“ und „Unterhaltung“ auch Tätigkeiten in den Arbeitsbereichen „Game Development“ und „Medizin“ sowie „Hochschule und Lehre“ abgefragt (Mehrfachangaben möglich). Der Web-Bereich spielt für fast alle der Befragten (87%) eine Rolle, auch der Mobile-Bereich ist mit 75% häufig vertreten. Abbildung 2 zeigt die relativen Häufigkeiten für die vorgegebenen Bereiche. Beispiele für unter „Anderes“ genannte weitere Bereiche sind „Telekommunikation“, „Callcenter“, „Social Media“,



Abb. 2. Arbeitsbereiche

„Heimautomation“, „Automobile“ oder „Haushaltsgroßgeräte“. [Abb. 2]

Erstmals wurde in diesem Jahr auch die relative Verteilung von Projekten auf die verschiedenen Bereiche erfragt, für jeden Bereich sollten die Befragten durch eine Prozentangabe den Anteil von Projekten in diesem Bereich kennzeichnen. Diese Form der Abfrage ermöglicht nun differenziertere Analysen als in den Vorjahren. So befassen sich beispielsweise 75% (unter anderem) mit Usability im Mobile-Bereich, der durchschnittliche Anteil von Projekten in diesem Bereich liegt jedoch (über alle Personen hinweg) nur noch bei 20%. Im Bereich Game Development hingegen

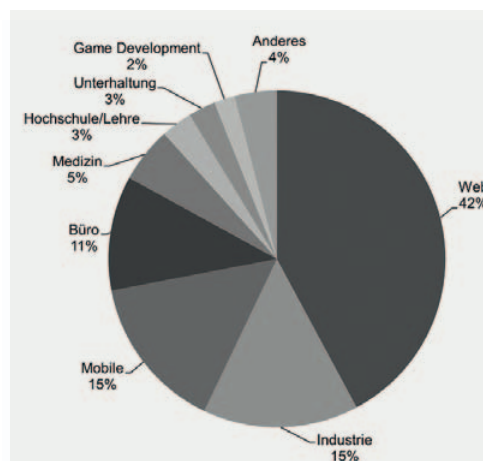


Abb. 3. Projektverteilung, gewichtete Darstellung

5.2. Aufgabenschwerpunkte

Analog zur Darstellung der Arbeitsbereiche ergibt sich auch die Darstellung der Aufgabenschwerpunkte (siehe Abbildung 4) aus dem Anteil der Befragten, die in diesem Bereich arbeiten sowie dem mittleren Anteil des Arbeitspensums, das auf diese Aufgabe entfällt. Am stärksten vertreten ist unter den Aufgaben der Usability Professionals „User Interface Konzeption“, weitere zentrale Aufgaben sind „Usability Testing“, „UX Design“, und „User Research“. Insgesamt verteilen sich die Angaben der Befragten relativ gleichmäßig auf die vorgeschlagenen Kategorien. Beispiele

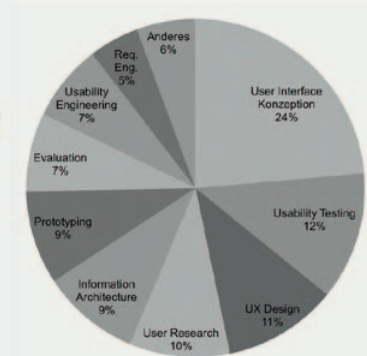


Abb. 4. Aufgabenschwerpunkte, gewichtete Darstellung

arbeiten insgesamt nur 5%. Allerdings haben die im Game Development Tätigen dann in der Regel auch hier ihren Schwerpunkt (Angaben im Bereich 70%-100%), wodurch sich ein durchschnittlicher Projektanteil von 42% ergibt. Für ein aussagekräftiges Gesamtbild zeigt Abbildung 3 eine gewichtete Darstellung der Arbeitsbereiche, die sowohl die Anzahl der in einem Bereich Tätigen, als auch den jeweiligen Anteil von Projekten in diesem Bereich berücksichtigt. Hierfür wurde der durchschnittliche Projektanteil multipliziert mit dem Anteil der Befragten, die in diesem Bereich arbeiten. [Abb. 3]

für unter „Anderes“ genannte Aufgaben sind „Lehre“, „Marketing“ oder „Artikel schreiben“. [Abb. 4]

5.3. Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen

Die Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen wurde dieses Jahr durch vorgegebene Kategorien abgefragt (basierend auf den häufigsten Nennungen zur entsprechenden offenen Frage aus dem Vorjahr). Am häufigsten arbeiten Usability Professionals mit Software-Entwicklern,

Produktmanagern und Grafik-/Produktdesignern zusammen, Abbildung 5 zeigt die relativen Häufigkeiten für die abgefragten Berufsgruppen. Beispiele für weitere Nennungen sind Journalisten, Game Designer, Online-Shop-Betreiber oder auch die „Berufsgruppe“ Studierende. [Abb. 5]



Abb. 5.
Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen

5.4. Anteil realisierter Maßnahmen

Die Schätzungen bezüglich der Frage, welcher Anteil der eigenen vorgeschlagenen Maßnahmen zur Verbesserung der Usability/User Experience letztendlich tatsächlich realisiert wird, bewegen sich zwischen vorsichtigen 10% und optimistischen 95%, der Mittelwert liegt bei 58%, der Median bei 60%.

5.5. Projektdauer

Die Projekte, zu denen die Befragten arbeiten, haben eine durchschnittliche Dauer von rund 7 Monaten. Der Median liegt allerdings nur bei 5 Monaten, bei 24% beträgt die Projektdauer meist nur 1-2 Monate. Längere Projekte mit einer Laufzeit von 18 Monaten und mehr bilden mit 7% die Ausnahme.

5.6. Usability-Zeit

Gemessen an der Gesamtarbeitszeit liegt der Anteil an Tätigkeiten im Bereich Usability/User Experience unter den Befragten bei durchschnittlich 74%. Im Vergleich zum

Vorjahr ist damit der Anteil der Usability-Zeit signifikant gestiegen (2011: 61%). Dies gilt sowohl für die Gruppe der Angestellten (2012: 75%; 2011: 65%) als auch für die Gruppe der Freiberufler (2012: 68%; 2011: 50%).

5.7. Angestellte versus Selbstständige

Die große Mehrzahl der Usability Professionals befindet sich in einem Arbeitnehmerverhältnis: 239 (86%) arbeiten als Angestellte, während die restlichen 38 Teilnehmer Inhaber eines Unternehmens oder freiberuflich tätig sind. Dies entspricht einem signifikanten Anstieg des Anteils der Angestellten gegenüber dem Vorjahr (2011: 76%), wobei dieser unter Männern (2012: 84%; 2011: 71%) noch etwas deutlicher ausfällt als unter Frauen (2012: 90%; 2011: 84%). Über die Gründe hierfür kann zunächst nur spekuliert werden. Mögliche Zusammenhänge zur im Vergleich zu den Vorjahren etwas jüngeren Stichprobe wurden geprüft, sind aber nicht ausschlaggebend.

Erwartungsgemäß beschäftigen sich Selbstständige Usability Professionals überwiegend mit der Usability „fremder“ Produkte (91%), sie bieten Usability als Dienstleistung an. Unter den Angestellten ist dies nur bei etwa bei der Hälfte (51%) der Fall, die andere Hälfte arbeitet unternehmensintern an der Verbesserung der Usability der „eigenen“ Produkte.

Neben den bisher aufgeführten Angaben zur momentanen Situation wurden

zudem spezifische Fragen an Angestellte und Selbstständige gerichtet, im Folgenden sind die entsprechenden Analysen aufgeführt.

**6. Situation der Angestellten
6.1. Stellenbeschreibung**

Der mit 43 Nennungen weiterhin häufigste Jobtitel lautet „Usability Engineer“, Tabelle 1 gibt einen Überblick über weitere häufige Jobtitel (aufgeführt sind Titel, die von mindestens fünf Personen genannt wurden). Die Auswahl der häufigsten Titel entspricht weitestgehend der des Vorjahres, insgesamt lässt sich jedoch langsam eine Vereinheitlichung der Berufsbezeichnungen feststellen. So tragen in diesem Jahr immerhin 149 Personen (62% der Angestellten) einen der hier aufgeführten 9 häufigsten Jobtitel, der Vergleichswert aus dem Vorjahr liegt noch bei 52% der Angestellten. Beispiele für seltenere Jobtitel sind „UX Engineer“ oder „Conceptual Designer“. [Tab. 1]

Die große Mehrheit der Angestellten (88%) arbeitet auf einer Vollzeitstelle, dieser Anteil ist unter Männern (90%) und Frauen (85%) etwa gleich hoch.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die befragten Usability Professionals im Schnitt seit knapp 4 Jahren tätig (sd=3,5; min=1; max=24 med=3). 25% der Angestellten haben derzeit Personalverantwortung, wobei die Übertragung von Personalverantwortung mit steigender

Rang	Jobtitel	Zahl der Nennungen
1	Usability Engineer	43
2	User Experience Consultant	30
3	Usability Consultant	18
4	User Interface Designer	17
5	User Experience Designer	12
6	Interaction Designer	10
7	Interaction Architect	8
8	Product Manager	6
9	User Researcher	5

Tab. 1.
Jobtitel



Unternehmenszugehörigkeit zunehmend wahrscheinlicher wird ($r=.16^*$).

6.2. Unternehmen

Die Angaben zur Größe des Unternehmens variieren von 6 Beschäftigten bis zu 430.000 Beschäftigten ($m=8.126$; $sd=43.998$; $med=130$). Im Vergleich zu den Vorjahren sind sehr große Unternehmen mit über 10.000 Beschäftigten etwas weniger stark repräsentiert. Abbildung 6 zeigt die Verteilung der Angestellten auf die unterschiedlichen Unternehmensgrößen. Relevant ist für die Unternehmensgröße auch die Frage, ob die Usability "eigener" oder "fremder" Produkte im Mittelpunkt steht. Firmen, die Personen zur Verbesserung der Usability der eigenen Produkte beschäftigen, sind in 80% der Fälle größere Unternehmungen mit über 100 Beschäftigten, in 40% sind es über 1000 Beschäftigte, und immerhin noch 18% entfallen auf Unternehmen mit 10.000 Beschäftigten und mehr ($m=16.708$; $sd=63.686$; $med=500$). Unter den Angestellten, die bei einem Usability-Dienstleister arbeiten, sieht die Verteilung der Unternehmensgrößen anders aus: hier entfallen 67% auf Unternehmen mit bis zu 100 Beschäftigten, Unternehmen mit 1000 Beschäftigten und mehr bilden mit 16% eher die Ausnahme ($m=743$; $sd=734$; $med=50$).

Je nach Art des Unternehmens variiert selbstverständlich auch der Anteil von Kollegen, die sich mit Usability beschäftigen:

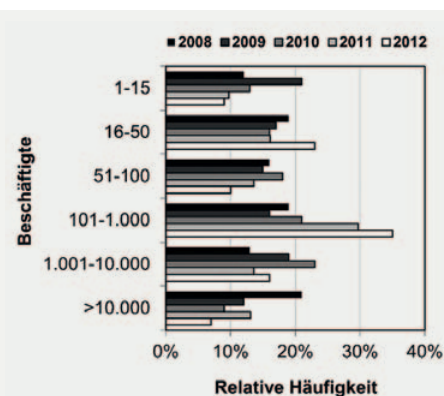


Abb. 6. Unternehmensgrößen

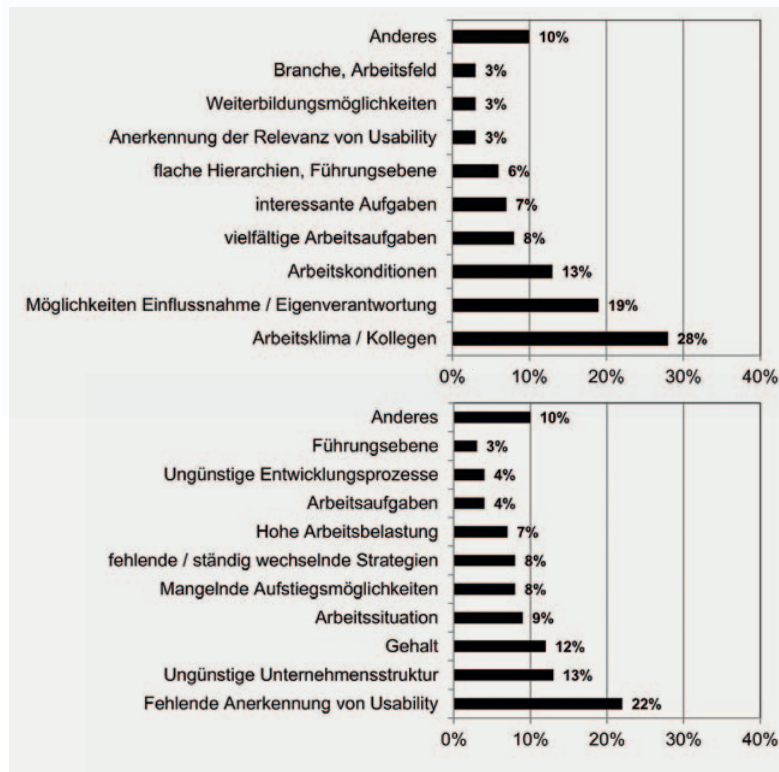


Abb. 7. Wichtigste Faktoren für Zufriedenheit

Abb. 8. Wichtigste Faktoren für Unzufriedenheit

Bei Beschäftigten, die sich vornehmlich mit der Usability von Produkten von Auftraggebern befassen, liegt der Anteil von Usability-Kollegen bei durchschnittlich 40%. Handelt es sich um eine Anstellung zur Verbesserung "eigener" Produkte, liegt der Anteil von Kollegen, die sich ebenfalls mit Usability beschäftigen, bei gerade 7%. [Abb. 6]

6.3. (Un-)Zufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber

Wichtigster Faktor für Zufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber ist mit 28% weiterhin das Arbeitsklima bzw. die Kollegialität am Arbeitsplatz, auch Möglichkeiten zur Einflussnahme und eine hohe Eigenverantwortung spielen für viele der Befragten (19%) eine wichtige Rolle. Abbildung 7 zeigt eine kategorisierte Darstellung der häufigsten Nennungen. [Abb. 7]

Für Unzufriedenheit sorgen – vergleichbar mit den Vorjahren – zu einem großen Teil Faktoren, die sich auf die Akzeptanz

des Themas Usability/User Experience beziehen. So finden 22% der Befragten, dass das Thema seitens des Arbeitgebers nicht ausreichend Anerkennung findet, 13% nennen in diesem Zusammenhang vor allem die ungünstige Unternehmensstruktur. Abbildung 8 gibt eine Übersicht über weitere Faktoren für Unzufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber. [Abb. 8]

Insgesamt sind die Angestellten mit ihrer momentanen Position „eher zufrieden“ ($m=4$, fünfstufige Skala von 1= sehr unzufrieden bis 5= sehr zufrieden), wobei hier signifikante Unterschiede im Zusammenhang mit den zuvor diskutierten (Un-)Zufriedenheitsfaktoren bestehen. Das positivste Gesamturteil vergeben diejenigen Angestellten, die als wichtigsten Faktor für Zufriedenheit ein hohes Maß an Anerkennung für das Thema Usability/User Experience nennen ($m=4,6$; $n=5$). Unter den Unzufriedenheitsfaktoren wirken sich ungünstige Entwicklungsprozesse am negativsten auf das Gesamturteil aus ($m=3,2$; $n=5$). Zudem ist die Gesamtzufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber

unter Männern ($m=4,1$) signifikant höher als unter Frauen ($m=3,8$); offensichtliche Gründe hierfür sind aus den vorliegenden Daten nicht erkennbar.

6.4. Gehaltsspiegel

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt der Angestellten liegt in diesem Jahr bei 49.182 EUR ($sd=18.000$; $min=20.000$; $max=153.000$; Berücksichtigung von Personen mit ganzer Stelle), und damit signifikant niedriger als im Vorjahr (2011: 54.112 EUR). Wie auch in den Vorjahren ist der wichtigste Gehaltsprädiktor die Berufserfahrung ($r=.71^{**}$), wobei der Zusammenhang unter Männern ($r=.74^{**}$) signifikant stärker ist als unter Frauen ($r=.51^{**}$). Eine nähergehende Analyse zeigt, dass es unter Frauen nach 9 Jahren zu einer scheinbaren Stagnation des Gehalts kommt, während das Gehalt der Männer mit zunehmender Berufserfahrung kontinuierlich ansteigt. Ebenfalls kontinuierlich steigt unter den männlichen Angestellten auch der Anteil mit Personalverantwortung, während die berufliche Laufbahn der Frauen stärker durch individuelle Faktoren geprägt scheint. [Abb. 9]

Insgesamt sind die geschlechtsspezifischen Unterschiede im durchschnittlichen Bruttojahresgehalt mit rund 7.400 EUR (Frauen: $m=44.885$ EUR; $med=43.000$ EUR; Männer: $m=52.268$ EUR; $med=46.000$ EUR) in diesem Jahr etwas geringer als in den Vorjahren, eine signifikante Annäherung der Gehälter über die Jahre lässt sich jedoch noch nicht verzeichnen. [Abb. 10]

7. Situation der Selbstständigen

7.1. Unternehmen

In diesem Jahr haben sich (nur) 38 Unternehmensinhaber an der Befragung zum Branchenreport beteiligt – wir hoffen im nächsten Jahr wieder an die Zahlen aus den Vorjahren anknüpfen zu können (2011: 72; 2010: 50), um auch zur Situation der Selbstständigen über eine aussagekräftige Datenbasis zu verfügen. Unter den

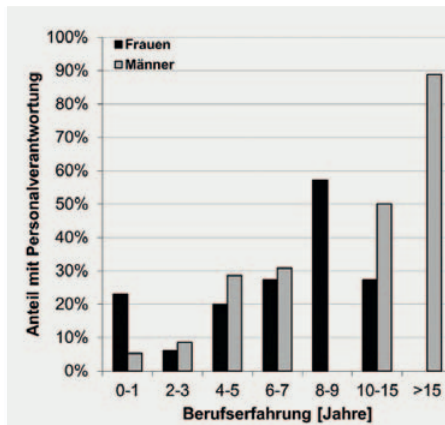


Abb. 9. Anteil der Angestellten mit Personalverantwortung in Abhängigkeit der Berufserfahrung unter männlichen und weiblichen Usability Professionals

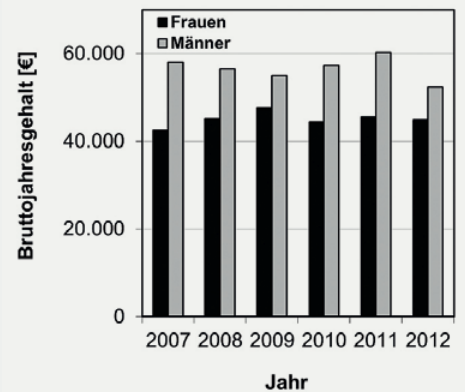


Abb. 10. Gehälter unter männlichen und weiblichen Usability Professionals von 2007-2012

38 Unternehmensinhabern bezeichnen 18 Personen ihr Unternehmen als "Beratung" (z. B. "Usability/UCD Beratung"), 7 Personen betreiben eine "Agentur" (z. B. "User Experience Design Agentur"), 5 Personen bezeichnen sich als Freelancer (z. B. "Freelance UX Research"). Beispiele für weitere Unternehmensbezeichnungen sind "Ingenieurbüro" oder "Online Strategie". Die Unternehmensgründung liegt im Schnitt 5,5 Jahre zurück ($sd=4,5$; $min=1$; $max=18$). Der Anteil der Frauen ist unter den Selbstständigen mit 32% etwas geringer als in der Gruppe der Angestellten (44%), der Unterschied ist jedoch nicht signifikant.

17% der Selbstständigen arbeiten allein, der Großteil beschäftigt Angestellte. In vielen Fällen (54%) ist es allerdings nur einer. Selbstständige mit 10 Angestellten und mehr bilden in diesem Jahr mit 12% eher die Ausnahme, Inhaber größerer Unternehmen mit 20 bis 60 Angestellten haben sich dieses Jahr leider nicht an der Befragung beteiligt. Die Situation bezüglich der Stellenbesetzung scheint sich im Vergleich zu den Vorjahren etwas verbessert zu haben. Dauerte es 2010 noch 4,5 und 2011 noch 3,6 Monate, bis eine offene Stelle besetzt werden konnte, sind es jetzt nur noch durchschnittlich 2,9 Monate ($sd=1,67$; $min=1$; $max=6$) bis ein passender Bewerber gefunden ist.

7.2. Herausforderungen

Herausforderungen bei einer Unternehmensgründung im Bereich Usability wurden anhand vorgegebener Kategorien auf Basis der häufigsten Nennungen der letzten Jahre abgefragt (Mehrfachangaben möglich). Die nach wie vor größte Herausforderung besteht für Unternehmer darin, potentiellen Auftraggebern die Relevanz von Usability zu vermitteln, 50% der Selbstständigen stimmen hier zu. Tendenziell zeichnet sich hier jedoch bereits eine Verbesserung der Situation der Usability Professionals ab, im Vorjahr waren es noch 77%, die diesen Aspekt als besondere Herausforderung erlebten. Eine weitere Herausforderung stellt die Kontaktaufnahme zu potentiellen Auftraggebern dar (40% Zustimmung) sowie die Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. die Abgrenzung von "unseriösen" Konkurrenten (32%). 13% berichten von Schwierigkeiten, bei Entwicklern Anerkennung zu finden, weitere genannte Herausforderungen sind beispielsweise "vom Konzept bis zum Release die Qualität erhalten" oder "qualifizierte Mitarbeiter finden".

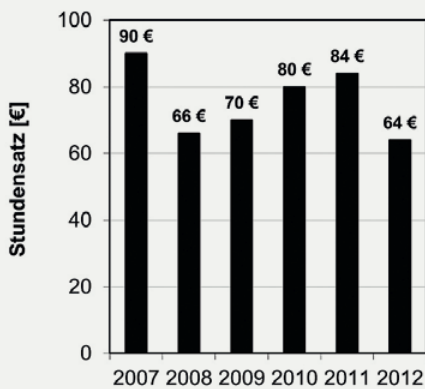


Abb. 11.
Stundensätze selbstständiger Usability Professionals von 2007-2012

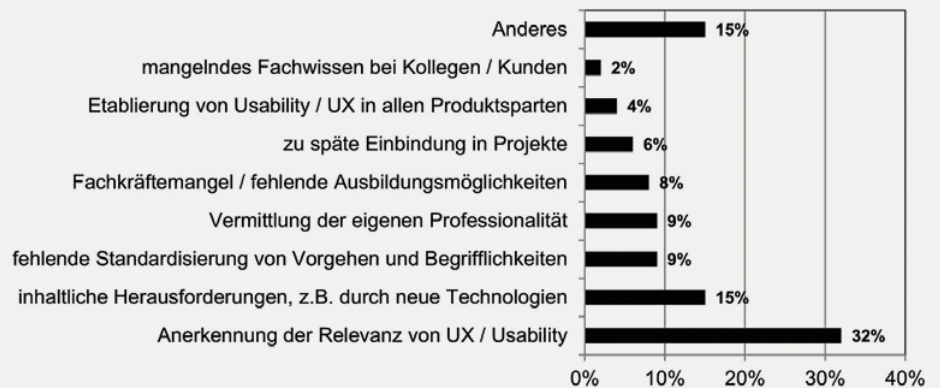


Abb. 12.
Größte Herausforderungen der Branche

7.3. Verdienst

Unter den Selbstständigen machten 16 Personen Angaben zu ihrem üblichen Stundensatz, dieser liegt 2012 bei durchschnittlich 64 EUR (sd=95,6; min=25; max=120; med=60). Dieser Wert ist deutlich niedriger als in den Vorjahren (siehe Abbildung 11), eine Verzerrung durch die geringe Stichprobengröße ist allerdings nicht auszuschließen. 22 der Selbstständigen machten Angaben zu ihrem üblichen Tagessatz, dieser bewegt sich zwischen 200 EUR und 1.500 EUR, der Durchschnittswert liegt bei 550 EUR (sd=262; med=500). Die durchschnittliche Auslastung der Selbstständigen liegt bei 165 Tagen pro Jahr (sd=79; min=45; max=365; med=172). [Abb. 11]

8. Branche

8.1. Herausforderungen und notwendige Änderungen

Zwei im diesjährigen Branchenreport neue Fragen beziehen sich auf die Wahrnehmung aktueller Herausforderungen der Branche sowie notwendige Änderungen zur (besseren) Bewältigung aktueller Probleme der Branche. Rund ein Drittel der Antworten zu aktuellen Herausforderungen bezieht sich auf die mangelnde Anerkennung der Relevanz von Usability

bzw. User Experience, dies wird also nicht nur von Unternehmensgründern, sondern auch von Angestellten in der Usability Branche so erlebt. 15% beziehen sich auf spezifische inhaltliche Herausforderungen, beispielsweise durch neue Technologien. Abbildung 12 gibt einen Überblick über Kategorien weiterer Nennungen. [Abb. 12]

Analog zum breiten Spektrum der Herausforderungen besteht auch eine große Vielfalt an Forderungen und Vorschlägen zur besseren Bewältigung aktueller Probleme. Am häufigsten gewünscht (19%) wird eine größere Anerkennung von Usability und User Experience sowohl durch Kunden, als auch durch Entwickler. Auch einheitliche Standards zur Messung von Usability und User Experience sowie bessere Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten werden als dringende Notwendigkeit angeführt (jeweils 13%). 10% sehen als wichtigsten Schritt stärkeres Networking innerhalb der Community, weitere 10% fordern eine klarere Definition des Berufsbildes, möglicherweise auch in Form einer Zertifizierung. Während 9% eine stärkere Einbindung von User Experience in Entwicklungsprozesse fordern, wünschen sich 5% allgemein bessere Schnittstellen zwischen Entwicklung und Design. Die restlichen 21% führten weitere Aspekte an, die sie als zentral für den Fortschritt der Branche erachten, wie beispielsweise "Mehr Mut bei Kunden und in Unternehmen" oder allgemein eine "Verbesserung der Wirtschaftslage".

8.2. Unternehmen der Branche

Für einen Überblick über die bekanntesten Unternehmen der Branche nannten die

Rang	Unternehmen	Zahl der Nennungen
1	UID	132
2	SirValUse	88
3	eResult	60
4	Ergosign	26
5	Fraunhofer Institut	21
6	usability.de	20
7	SAP	18
8	USEEDS°	17
9	Artop	15
10	Scoreberlin	14

Tab. 2.
Bekannteste Unternehmen der Usability-Branche

Teilnehmer die ihrer Meinung nach drei bekanntesten Unternehmen im deutschsprachigen Raum, die sich mit "Usability" beschäftigen. Spitzenreiter ist hier wie auch in den Vorjahren UID, gefolgt von SirValUse und eResult. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die zehn bekanntesten Unternehmen der Branche sowie die jeweilige Zahl der Nennungen. [Tab. 2]