Branchenreport UX/Usability 2026

Ergebnisse der jährlichen Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

Nina Gerber
Institut für Psychologie, Technische Universität Darmstadt
Darmstadt, Germany
nina.gerber@tu-darmstadt.de

Sarah Diefenbach
Department Psychologie, Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Germany
sarah.diefenbach@lmu.de

Daniel Ullrich
Institut für Informatik, Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Germany
daniel.ullrich@ifi.lmu.de

Mara Hofbauer
Department Psychologie, Ludwig-Maximilians-Universität München
München, Germany
mara.hofbauer@psy.lmu.de

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2026 dokumentiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals) die Situation von Usability und User Experience Professionals in Deutschland. Auf Basis einer jährlichen Befragung liefert der Branchenreport Einblicke u.a. in Ausbildungs- und Karrierewege, Arbeitsfelder und Aufgabenbereiche, Verdienstmöglichkeiten, unternehmerische Aspekte, sowie aktuelle Trends und Potenziale. Zusätzliche Vergleiche mit vorherigen Jahren geben Aufschluss über Entwicklungen der Branche (z.B. Gehälter, Ausbildungswege, Berufsbezeichnungen) im zeitlichen Verlauf.

SCHLAGWÖRTER

UX/Usability Branche, Ausbildung, Karriere, Arbeitsfelder, Gehalt, Trends

1 EINLEITUNG

Die German UPA (Berufsverband für UX und Usability[1]) informiert mit dem jährlichen Branchenreport über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Arbeitsfeld User Experience (UX) und Usability. Hierbei werden zum einen Daten bezüglich Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Projektschwerpunkten und Kennzahlen zum aktuellen Arbeitgeber oder der eigenen Unternehmung erhoben und zum anderen subjektive Bewertungen zu Zufriedenheit, Unternehmenskultur und wahrgenommenen Herausforderungen erfragt. Zusätzlich bietet der Branchenreport einen Überblick über die Einschätzung aktueller Trends und potenzieller Entwicklungsfelder in der Branche.

Der Branchenreport bietet für verschiedene Personengruppen eine wertvolle Informationsbasis. Interessierte, die eine Tätigkeit im Usability- bzw. User Experience-Bereich in Erwägung ziehen, erhalten einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Situation der Branche, potentielle Karrierewege und Ausbildungsmöglichkeiten. Bereits in der Branche Tätige erhalten Vergleichswerte zur Orientierung, um ihre aktuelle Situation im Verhältnis zu der ihrer Kollegen einschätzen zu können. Darüber hinaus bieten die im Branchenreport gebündelten Informationen auch Anknüpfungspunkte für Diskussionen zur Weiterentwicklung und Professionalisierung des Berufsbilds und bilden damit eine wichtige Grundlage für die Arbeit des Berufsverbands.

Die Datenerhebung erfolgte mittels Online-Befragung im Zeitraum von April bis August 2026. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder LinkedIn gewonnen. 447 Professionals beteiligten sich an der Befragung und beantworteten die Mehrzahl der Fragen und bilden die Basis für die im Folgenden vorgestellten Analysen. Da die Teilnehmer die Möglichkeit hatten, einzelne Fragen zu überspringen, kann die jeweilige Anzahl der Antworten in den nachfolgenden Statistiken variieren. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu 52 % aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 48 % bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten. Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Teilnehmerzahlen im Laufe der Jahre seit 2016, sowie eine Unterteilung dahingehend, ob bereits im Vorjahr teilgenommen wurde. Im weiteren Verlauf werden Unterschiede als signifikant bezeichnet, wenn eine Irrtumswahrscheinlichkeit von < 5 % vorliegt ($p < .05^*$). Bei Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien basiert die Auswahl der Kategorien in der Regel auf den häufigsten Nennungen früherer Jahre.

2 DEMOGRAFIE

45 % der befragten UX/Usability Professionals sind männlich, 54 % weiblich, 1 % gaben divers oder sonstiges an. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 39,4 Jahren (Standardabweichung sd=9,1; Minimum min=22; Maximum max=65). Das unter den Teilnehmern meistvertretene Bundesland des Arbeitsorts ist Bayern (23 %), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (19 %), Baden-Württemberg (16 %), Berlin (9 %), Niedersachsen (6 %), Hamburg (6 %) und Hessen (6 %). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands lag jeweils unter 4 %. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 11,3 Jahren (sd=7,8; min=0; max=38; Median=10 Jahre) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals

Published by the Gesellschaft für Informatik e.V. and the German UPA e.V. 2026
J. Hesselbarth, D. Winter & J. Hinze (Hrsg.):
Mensch und Computer 2026 – Usability Professionals, 30. August – 02. September 2026, Duisburg
© 2026 Copyright bei den Autor*innen.
http://dx.doi.org/10.18420/muc2025-up-251
[1] www.germanupa.de

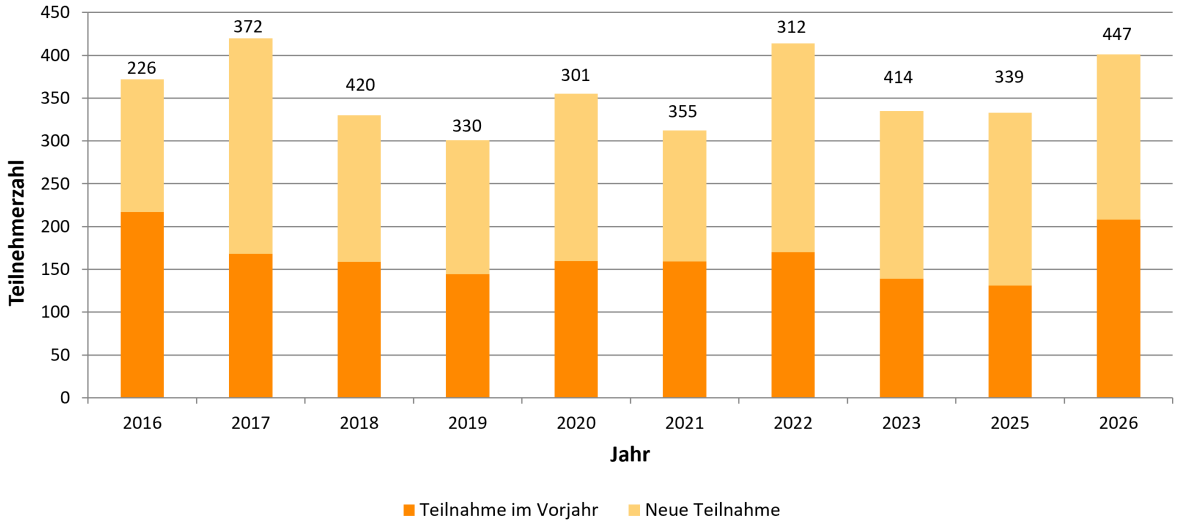


Abbildung 1: Teilnehmerzahl im Laufe der Jahre.

haben mit 14,3 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 9,1 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 42,6 Jahren signifikant älter als Frauen mit 36,8 Jahren (Abbildung 2). Die Angaben zur Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, gingen weit auseinander (min=0 %; max=100 %). Der Median liegt bei 80 %, der Mittelwert bei 75,8 % (sd=27,9).

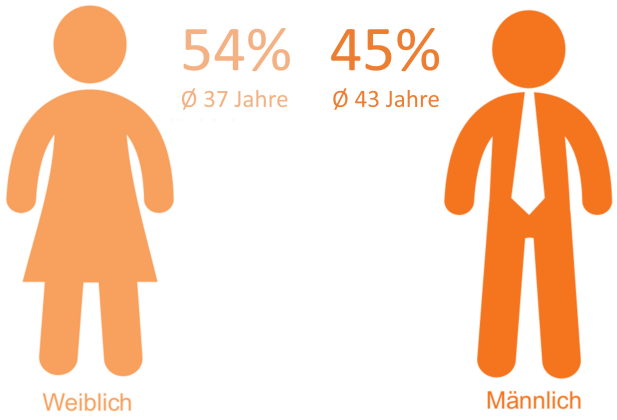


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis mit durchschnittlichem Alter.

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 36 % der Master-Abschluss. Am zweithäufigsten wurde mit 30 % der Bachelor-Abschluss genannt, der wiederum häufiger vertreten ist als das Diplom, welches mit 21 % am dritthäufigsten genannt wurde. 4 % der Teilnehmer haben promoviert, 4 % verfügen über einen Magister-Abschluss und 5 % nannten einen anderen Abschluss (Abbildung 3).

Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind Medieninformatik (10 %), Kommunikationsdesign (9 %), Psychologie (8 %), Informatik (6 %), Human-Computer Interaction (5 %), Digitale Medien (5 %), Informationsdesign (4 %) und Mediengestaltung (4 %). Mit jeweils 3 % der Nennungen folgen darauf Betriebswirtschaftslehre, Industriedesign, Human Factors und Medienwissenschaft. Wie im letzten Jahr gaben 23 % der Teilnehmer einen Studiengang an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war. Dies zeigt erneut die Diversität des Berufsfeldes. Die nicht vorgegebenen Studiengänge machten im Einzelnen jeweils weniger als 2 % der Gesamtnennungen aus. Die vielfältigen Angaben zu den besuchten Hochschulen verdeutlichen ebenfalls die Diversität des Berufsfeldes. Am häufigsten wurde, wie im letzten Jahr, die Hochschule der Medien Stuttgart (6 %) genannt. Darauf folgend wurden die Universität Duisburg-Essen sowie die Hochschule Kaiserslautern mit je 3 % der Gesamtnennungen genannt. Mit jeweils knapp unter 3 % der Nennungen folgten die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, die Hochschule Darmstadt, die Universität Regensburg, die Julius-Maximilians-Universität Würzburg, die Universität Hamburg und die LMU München. Wie in den letzten Jahren ist die Ausbildung zum Mediengestalter mit 35 % die am häufigsten genannte Ausbildung. Neben den vorgegebenen Auswahloptionen der Ausbildungsberufe wurden 43 weitere Ausbildungen genannt. Die Vielzahl der Angaben unterstreicht die Vielfalt der Branche.

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schloss der Großteil (65 %) diese mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (198 Personen) ab. Weitere Titel

waren „UX and Usability Expert“ (25 Personen), „Usability Engineer“ (13 Personen) und „Usability Consultant“ (6 Personen). Wie im vergangenen Jahr sind die beliebtesten Ausbildungsanbieter das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB, 89 Personen) und das artop Institut (32 Personen). Darauf folgten das XDi-Experience Design Institut (15 Personen), ProContext Consulting (13, Personen), Usability Academy (12 Personen), UID (11 Personen), IHK (4 Personen), Fraunhofer-Institut (3 Personen) und TH Deggendorf (2 Personen). Neben den vorgegebenen Ausbildungsinstituten wurden das Spiegel Institut (26 Personen), Usability.de (12 Personen), eresult (6 Personen), Career Foundry (6 Personen), Certible (3 Personen) und TÜV Rheinland (3 Personen) mehrmals genannt.

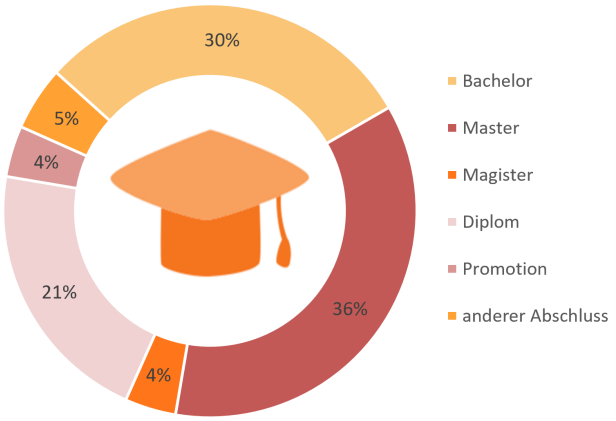


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche.

In diesem Jahr wurden erneut Fragen zum Thema „Wege in die UX-Branche“ gestellt. Nur 26 % der Teilnehmer gaben an, bereits zu Beginn ihres Studiums eine Arbeit im UX-Bereich in Betracht gezogen zu haben. Als ersten Berührungspunkt mit der UX-Branche wurde am häufigsten das Studium (43 %) genannt, gefolgt von einer ersten Berührung durch Aufgaben im Beruf (35 %). Weitere erste Berührungspunkte mit der Branche ergaben sich durch Stellenausschreibungen bei der Jobsuche (7 %), Praktika (6 %) und persönliches Interesse am Thema UX (6 %). Die Entscheidung für eine Tätigkeit im UX-Bereich basierte am häufigsten auf der wahrgenommenen Sinnhaftigkeit der Tätigkeit (24 %), der Möglichkeit, kreativ zu arbeiten (11 %), dem Abwechslungsreichtum (11 %), der wahrgenommenen hohen Interdisziplinarität (9 %) sowie der Jobsicherheit und Zukunftsorientierung der Branche (8 %). Die Mehrheit der Teilnehmenden (83 %) würde eine Tätigkeit im UX-Bereich grundsätzlich empfehlen. Als Gründe für die Weiterempfehlung gaben Teilnehmende die Sinnhaftigkeit und Arbeit mit Menschen (29 %), den Abwechslungsreichtum (27 %), den Spaß an der Arbeit (24 %) sowie die Zukunftsrelevanz und damit einhergehende Jobsicherheit (11 %) an. Mit 17 % gaben etwas mehr Teilnehmende als im Vorjahr (2025: 12 %) Gründe gegen eine Empfehlung des UX-Bereichs an. Die Hauptgründe waren hierbei die schlechten Aussichten am Arbeitsmarkt, vor allem für Berufseinsteiger (41 %), die fehlende Wertschätzung für UX in vielen Unternehmen (27 %), die Unsicherheit wegen Entwicklungen im Bereich KI (16 %) und die eingeschränkten Möglichkeiten, mit seiner Arbeit etwas wirklich Sinnvolles zu bewirken (10 %). Insgesamt scheinen die UX-Professionals weiterhin eher zufrieden mit der Arbeit in der UX-Branche zu sein und vor allem den Abwechslungsreichtum und die Sinnhaftigkeit ihrer Tätigkeit zu schätzen. Die Frustration über den Arbeitsmarkt und das Ansehen der UX-Tätigkeit scheinen jedoch einige UX-Professionals zu beschäftigen.

4 TÄTIGKEITSBEREICHE UND AUFGABENMERKMALE

Für einen genaueren Einblick in die Art der UX/Usability-Projekte, an denen die Befragten arbeiten, wurden die Branchen der Projekte erfragt (Mehrfachnennungen möglich). Die meistgenannten Branchen sind hierbei Industrie und Logistik (33 %), Finanzdienstleistung (29 %), Medizin und Pflege (26 %), Öffentlicher Dienst/Behörden (24 %), Automobil (23 %), e-Commerce (21 %), Elektronik (12 %), Hochschule und Lehre (9 %), Bauen und Wohnen (6 %), Unterhaltung und Spiele (5 %), Food/Fast moving consumer goods (5 %), Touristik (5 %), sowie Bekleidung (4 %). Hierbei sind gegenüber dem letzten Branchenreport keine deutlichen Änderungen hinsichtlich der Häufigkeitsverteilung der verschiedenen Branchen ersichtlich. Beispiele weiterer Nennungen sind Software, Versicherungen, Landwirtschaft, Energie und IT-Security.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business-Bereich (82 %) waren wie auch schon bei der letzten Erhebung häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (54 %). Für 42 % der Befragten sind die Zielgruppe (auch) interne Kunden und Mitarbeiter. Beispiele für weitere Nennungen sind Studenten, KI-Agents oder die allgemeine Bevölkerung.

5 MOMENTANE ARBEITSSITUATION

Um differenzierte Aussagen über die momentane Arbeitssituation der UX/Usability Professionals treffen zu können, wurden die Befragten hinsichtlich ihres derzeitigen Arbeitsverhältnisses aufgeteilt. So ergab sich eine Gruppe der Selbstständigen, die 11,4 % der Teilnehmer umfasste, während sich 84,8 % der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2025: 9,5 % vs. 88%). 3,8 % schrieben ihre momentane Arbeitssituation einem anders gearteten Arbeitsverhältnis zu. Im Folgenden werden die Kennwerte und Analysen getrennt für die beiden Personengruppen der Selbstständigen und Angestellten aufgeführt.

5.1 Situation der Selbstständigen

51 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil (2025: 32). Jeweils 29 % der Selbstständigen bezeichnen sich als “Freelancer” sowie als “Beratung”, während 18% ihr Unternehmen als “Agentur”, jeweils 8 % als “Designstudio/-büro” bzw. “Consulting” und 4 % als “Entwicklungsunternehmen” beschreiben.

Das durchschnittliche Unternehmensalter liegt in diesem Jahr bei 12 Jahren und ist damit vergleichbar zu den Vorjahren, in denen es

zwischen 8 und 13 Jahren lag. Das Alter der Unternehmen variiert naturgemäß stark (sd=8,7). Das älteste der genannten Unternehmen wurde bereits vor 32 Jahren gegründet, das jüngste besteht seit diesem Jahr.

20 % der Selbstständigen arbeiten allein (2025: 16 %; 2023: 25 %; 2022: 31%; 2021: 38 %), in 32 % der Fälle besteht die Belegschaft aus einem Mitarbeiter. Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit einer einstelligen Anzahl an Mitarbeitern bei 78 %, hinzu kommen Unternehmen mit 10–36 Mitarbeitern.

Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 2,7 Monate (sd=1,6), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 4), als Maximum wurden 6 Monate angegeben (2025: m=2,9; sd=2,4; 2023: m=3,9; sd=2,5; 2022: m=3,1; sd=1,7; 2021: m=3,3; sd=2,2). Als meistgenannter Grund für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern wurden in diesem Jahr vor allem "überhöhten Gehaltsvorstellungen" (2026: 37 %; 2025: 25 %; 2023: 39%; 2022: 30 %; 2021: 14 %)" angegeben, gefolgt von "fehlendem Fachwissen im Bereich UX/Usability" (2026: 31 %; 2025: 38 %; 2023: 17%; 2022: 36 %; 2021: 14 %) und der "mangelnden Berufserfahrung" (2026: 29 %; 2025: 22 %; 2023: 28%; 2022: 27%, 2021: 21%). Wichtiger als in den letzten Jahren sind zudem die "mangelnden Soft-Skills" (2026: 20 %; 2025: 9 %; 2023: 6%; 2022: 6 %; 2021: 7 %). Weiterhin wenger relevant sind "fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools" (2026: 4 %; 2025: 9 %; 2023: 6%; 2022: 3 %; 2021: 4 %) und das Problem, dass es "insgesamt zu wenig Bewerber auf eine Stelle" gäbe (2026: 4 %; 2025: 0 %; 2023: 0 %, 2022: 27 %; 2021: 19 %). Der erfolgreichste Weg zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem "Beziehungen", "Ausschreibungen" und "berufliche soziale Netzwerke" wie z.B. "LinkedIn" und erst in zweiter Instanz "Personaldienstleister" sowie "Arbeitsamt".

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens in diesem Jahr darin, die "Investitionsbereitschaft der Auftraggeber erhöhen" (2026: 65 %; 2025: 44 %; 2023: 44 %; 2022: 42 %; 2021: 43 %), gefolgt davon, den "Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen" (2026: 61 %; 2025: 63 %; 2023: 26 %; 2022: 27 %; 2021: 39 %), der "Vermittlung der Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen" (2026: 47 %; 2025: 47 %; 2023: 52%; 2022: 49 %; 2021: 54 %). Es folgen die Herausforderungen, eine "Balance zwischen User Goals und Business Goals" zu finden (2026: 28 %; 2023: 41 %; 2022: 46 %; 2021: 54 %) sowie die "Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. Abgrenzung von Mitbewerbern" (2026: 26 %; 2023: 19 %; 2022: 27 %; 2021: 32 %). Als verhältnismäßig weniger problematischer wird die "Realisierung der Konzepte und Umsetzungsvorschläge" (2026: 6 %; 2025: 16 %; 2023: 26 %; 2022: 18 %; 2021: 21 %) sowie die Herausforderung, "Anerkennung bei Entwicklern" zu finden (2026: 2 %; 2025: 13 %; 2023: 7 %; 2022: 21 %; 2021: 7 %) eingeschätzt.

43 % der Selbstständigen gaben an, im vergangenen Jahr immer von Zuhause aus gearbeitet zu haben (2025: 56 %), während 33 % berichteten, mehrheitlich (2025: 22 %), 10 % manchmal (2025: 16 %) und 14% nie (2025: 6%) von Zuhause aus gearbeitet zu haben.

Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 2,8 (sd=1,3) und damit ähnlich wie im letzten Jahr (2025: m=2,9; sd=1,6; 2023: 3,9; sd=1,0; 2022: m=3,9; sd=1,0; 2021: m=3,4; sd=1,4). Für das kommende Jahr erwarten sie eine weitere Verschlechterung der Auftragslage (2026: m=2,7; sd=1,2; 2025: 3,1; sd=1,3; 2023: m=3,9; sd=0,8; 2022: m=3,9; sd=1,0; 2021: m=4,3; sd=0,8).

5.2 Situation der Angestellten

Hinsichtlich der Berufsbezeichnungen der Angestellten zeigt sich erneut eine hohe Diversität. Wie bereits in den vergangenen Jahren ist hierbei der "User Experience Designer" der mit Abstand meistgenannte Jobtitel mit 26 % der Antworten (Tabelle 1). Auf dem zweiten Rang folgt in diesem Jahr erneut der "User Experience Consultant" (16 %), gefolgt vom "User Experience Researcher" (6 %). Auf den "Head of UX" entfallen 4 % der Antworten und jeweils 3 % auf den "User Experience Manager", den "Usability Engineer" sowie den "User Interface Designer". Obwohl in diesem Jahr erneut zusätzliche häufig genannte Berufsbezeichnungen aus den letzten Jahren abgefragt wurden, nutzten dennoch 32 % der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier treten vor allem der "UX/UI Designer" sowie der "Product Designer" in relevanter Häufung auf.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 6,3 Jahren (sd=5,4; min=0; max=32 med=5) angestellt. 18 % der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2025: 22 %; 2023: 19 %; 2022: 21 %; 2021: 22 %; 2020: 22 %) für im Schnitt 8 Mitarbeiter (min=1; max=60; med=5). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 6 bis zu 600.000 Beschäftigten (med=262; m=12.834; sd=51.953). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 – 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe erneut die größte Gruppe. 30 % der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe.

Mit 92 % bekleidet in diesem Jahr in im Vergleich zum Vorjahr wieder ein deutlich größerer Teil der Angestellten eine Vollzeitstelle (2025: 70 %; 2023: 92 %). Dabei arbeiten 23 % der Angestellten mit Teilzeitstelle 30 Stunden in der Woche oder mehr.

Im Schnitt haben die Angestellten 29,8 Urlaubstage (sd=2,2; min=20; max=42; med=30). 33 % der Angestellten gab an, im vergangenen Jahr immer von Zuhause aus gearbeitet zu haben (2025: 34 %). Der größte Teil der Angestellten (45 %) arbeitete im vergangenen Jahr gewöhnlich von Zuhause aus (2025: 42 %), 16 % manchmal (2025: 17 %) und 6 % nie (2025: 7 %).

Auf die Frage, welche Kriterien für einen Jobwechsel in der Vergangenheit ausschlaggebend waren, gaben 38 % an, dass "Gehalt und Vergütung" eine entscheidende Rolle gespielt hätten. Häufig genannt wurden zudem die die "Entwicklungs- und Aufstiegschancen beim neuen Arbeitgeber" (28 %), die "Unternehmenskultur" (26 %), die "Führungsqualität des Arbeitgebers" (23 %), "Standort/Nähe" (23 %), sowie "Arbeitspensum und Verantwortungsbereich" (22 %), gefolgt von "Stabilität und Sicherheit des Arbeitgebers" (21 %). Weniger wichtige Kriterien für einen Jobwechsel waren in diesem Jahr "Branche und Sektor" (17 %), die "Vereinbarkeit von Beruf und Familie" (16 %), der "Ruf des Unternehmens" (14 %), die "Unternehmenswerte und Leitbild" (12 %), "Zusatzleistungen" wie z.B. bezahlter Urlaub (10 %), die "Größe des Unternehmens" (10 %), die "Physische Arbeitsumgebung" (8 %) sowie "Diversität, Chancengleichheit und Inklusion" (6 %).

In Bezug auf interdisziplinäre Zusammenarbeit gaben die Teilnehmenden erneut an, dass Interdisziplinarität mit einem durchschnittlichen Wert von 4,0 (sd=1,0) auf einer Skala von 1 bis 5 in

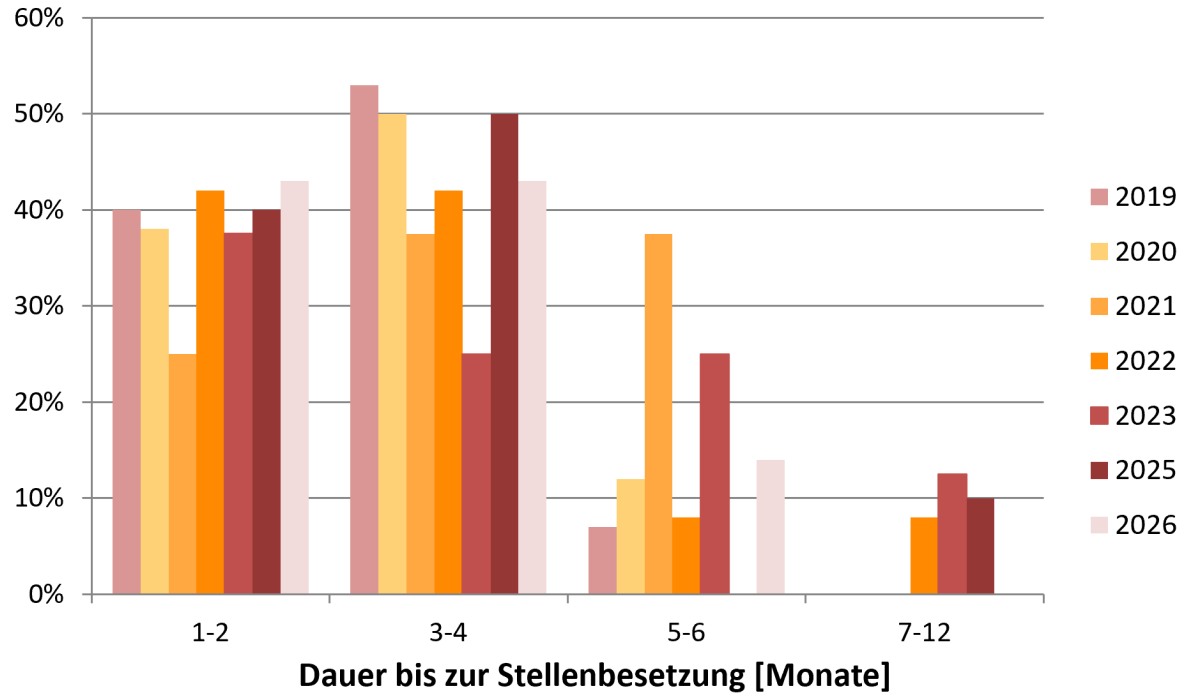


Abbildung 4: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2019 bis 2026.

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2021 – 2026

Rang	2021	2022	2023	2025	2026
1.	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer
2.	UX Consultant	UX Consultant	UX Researcher	UX Consultant	UX Consultant
3.	UX Researcher	UX Researcher	UX Consultant	UX Researcher	UX Researcher
4.	Usability Engineer	Usability Engineer	UX Manager	Head of UX	Head of UX
5.	UX Architect	UX Architect	Head of UX	UX Manager/UX Professional/UI Designer	UX Manager/U Engineer/UI Designer

Tabelle 2: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße (Vorletztes Jahr in Klammern)

Unternehmensgröße	% der Befragten
1-15	5 % (6 %)
16-50	22 % (22%)
51-100	6 % (7)
101-1.000	31 % (30 %)
1.001-10.000	21 % (25 %)
>10.000	15 % (10 %)

ihren jeweiligen Teams einen eher hohen Stellenwert hat. Die Frage, ob Interdisziplinarität in den jeweiligen Teams wirklich gelebt wird, wurde mit einem durchschnittlichen Wert von 3,8 (sd=1,1) ebenfalls eher positiv beantwortet, genauso wie die Frage, ob Personen mit unterschiedlichem fachlichen Hintergrund in den jeweiligen Teams die gleiche Anerkennung erhalten (m=4,1; sd=1,1). Am häufigsten gaben die Teilnehmenden an, mit Personen aus dem Bereich der (Wirtschafts-, Medien-)Informatik zusammenzuarbeiten (77%), gefolgt von (Kommunikations-, Medien-)Design (69%). Weniger häufig arbeiten die Teilnehmenden mit Personen aus dem Bereich BWL bzw. VWL (27%), Psychologie (26%), Ingenieurswissenschaften (17%) und Medien- bzw. Elektrotechnik (11%) zusammen.

6 WOHLBEFINDEN UND ZUFRIEDENHEIT

65 % der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber eher oder sehr zufrieden (5-stufige Skala, 1=sehr unzufrieden; 5=sehr zufrieden). Der Anteil der eher oder sehr zufriedenen Angestellten

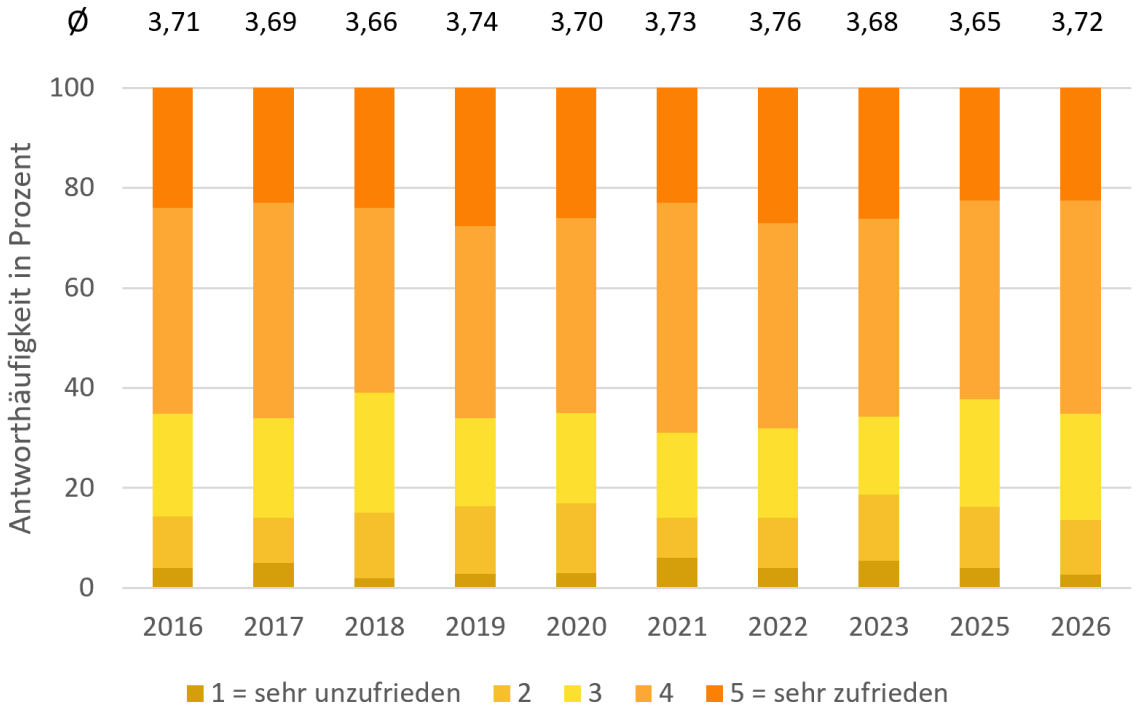


Abbildung 5: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre.

ist damit gegenüber der letzten Erhebung (62 %) wieder etwas gestiegen, und bewegt sich insgesamt im Feld der Erhebungen der Vorjahre (65 %-70 %). Abbildung 5 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

Vertiefende Fragen untersuchten die Wahrnehmung der Arbeitsatmosphäre und Zusammenarbeit. Die globale Arbeitsatmosphäre und Zusammenarbeit wird von 79 % der Befragten als eher oder sehr positiv eingestuft; der Mittelwert auf der eingesetzten 5-stufigen Skala (1=negativ; 5=positiv) liegt bei m=4,1 (sd=0,94). Hierbei sind keine Änderungen gegenüber der letzten Erhebung zu verzeichnen. Zusätzlich wurde die Teamatmosphäre mit fünf ergänzenden Items erfasst (“Bei Schwierigkeiten kann ich mich auf meine Kollegen im Team verlassen”, “In meinem direkten Arbeitsumfeld helfen und unterstützen wir uns gegenseitig”, “Die Stimmung in unserem Team ist gut”, “Ich kann jederzeit Ideen und Vorschläge einbringen”, “Die Kommunikation in meinem Arbeitsbereich ist offen und vertrauensvoll”, 1=stimme nicht zu, 5=stimme voll zu, Cronbachs alpha =.85), der Gesamtmittelwert liegt mit 4,33 (sd=0,67) ebenfalls im oberen Skalenbereich. Die erlebte Arbeitsatmosphäre und Zusammenarbeit in der UX Branche ist demnach insgesamt positiv. Zusätzlich zeigte sich, dass Teamatmosphäre von Männern (m=4,42) signifikant positiver bewertet wird als von Frauen (m=4,26), die Mittelwerte liegen jedoch für beide Gruppen weiterhin im oberen Bereich der Zufriedenheitsskala. Signifikante Zusammenhänge zwischen der Bewertung der Arbeitsatmosphäre und dem Alter zeigten sich nicht.

Geschlechtsspezifische Unterschiede gab auch hinsichtlich einiger Aussagen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie und der generellen Fürsorge des Arbeitgebers für das Wohlbefinden der Mitarbeiter (jeweils 5-stufige Skala, 1=stimme nicht zu, 5=stimme voll zu). Männliche Angestellte stimmten der Aussage “Mein Arbeitgeber tut viel dafür, dass es den Mitarbeitern gut geht” stärker zu (m=4,12; sd=0,92) als weibliche Angestellte (m=3,86; sd=1,07). Auch sehen sich Männer hinsichtlich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch ihren Arbeitgeber insgesamt besser unterstützt (m=4,05, sd=0,95) als Frauen (m=3,88, sd=1,01). Entsprechend war das Gefühl, sich zwischen Karriere und Familie entscheiden zu müssen, unter Frauen (m=2,41, sd=1,20) stärker ausgeprägt als unter Männern (m=2,19, sd=1,18). Über beide Geschlechter hinweg liegen die Mittelwerte jedoch immer im oberen Skalenbereich, so dass man insgesamt von einer guten Unterstützung durch die Arbeitgeber in der UX-Branche ausgehen kann.

7 VERDIENST

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 66.211€ (sd=15.116; min=35.364; max=103.000; hochgerechnet auf Vollzeitstellen, Ausschluss von Extremwerten außerhalb des 1,5-fachen Interquartilsabstandes). Erfragt wurden außerdem etwaige Gehaltserhöhungen zum Vorjahr auf individueller Ebene, hier reichen die Angaben von 0€ bis 10.000€. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 2.519€ (sd=2.617) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.000€.

Mit zunehmender Berufserfahrung steigt auch das Gehalt: Während Angestellte mit 1-3 Jahren Berufserfahrung ein durchschnittliches Bruttojahresgehalt von 51.399€ (sd=9.008; min=35.364; max=77.000) aufweisen, liegt das durchschnittliche Gehalt von Angestellten mit 4-7 Jahren Berufserfahrung bei 61.078€ (sd=13.180; min=37.200; max=100.000), bei Angestellten mit 8-12 Jahren Berufserfahrung bei m=70.092€ (sd=13.709; min=36.000; max=103.000) und bei solchen Angestellten, die über mehr als 12 Jahre Berufserfahrung verfügen, bei m=75.157€ (sd=12.949; min=48.000; max=100.800). Regional betrachtet finden sich im Süden und Westen Deutschlands tendenziell höhere Gehälter als im Norden und Osten. Zudem beziehen Teilnehmende mit Personalverantwortung mehr Gehalt als Teilnehme, die keine Personalverantwortung tragen (r=.18). Es besteht zudem ein positiver Zusammenhang zwischen dem Gehalt und der Unternehmensgröße (r=.20). Es handelt sich hierbei um eine partielle Korrelation, welche den Zusammenhang von Gehalt und Berufserfahrung berücksichtigt.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 104€ (sd=16; min=76; max=130), der mittlere Tagessatz bei 846€ (sd=196; min=540; max=1.200) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 134 Tagen pro Jahr (sd=65; min=5; max=190). Hochgerechnet auf ein ganzes Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 105.267€ (sd=51.920; min=3.600; max=152.000).

8 AKTUELLE TRENDS, POTENZIALE UND KI-NUTZUNG

Die Frage nach besonders begeisternden Trends und Entwicklungen im Bereich interaktiver Produkte und Interaktionstechniken wurde in diesem Jahr erneut am häufigsten mit “Künstliche Intelligenz” und der zugehörigen Anwendung “Claude” und damit einhergehende Anwendungen im Bereich “Prototyping” und “Vibe Coding” beantwortet. Weitere häufig genannte Produkte und Anwendungsgebiete sind “Accessibility/Barrierefreiheit” und “Figma”. (Abbildung 6).



Abbildung 6: Das begeistert UX/Usability Professionals 2026.

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmenden als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends. Am häufigsten werden auch hier “Künstliche Intelligenz” genannt, primär im Hinblick auf den “überbordenden” und “unreflektierten Einsatz von KI” und “Vibe Coding”, aber auch in Bezug auf “übermäßige Kritik” an und “Angst vor KI”. Weiterhin als nervig empfunden werden wird, dass man “die Relevanz von UX wieder verteidigen muss” sowie “Social Media” (Abbildung 7).

Zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential sehen die Teilnehmenden wie auch in den letzten Jahren am häufigsten im Bereich “Barrierefreiheit und Inklusion”. Weiteres Potential liegt für die Teilnehmenden in diesem Jahr auch im Anwendungsfeld “Künstliche



Abbildung 7: Das nervt UX/Usability Professionals 2026.

Intelligenz”, bei der “Nachhaltigkeit”, sowie im Bereich “UX/User Research”.

Erstmalig wurde in diesem Jahr detaillierter nach der Nutzung von KI gefragt. Die meisten Teilnehmenden gaben an, häufig bis sehr häufig KI-Tools bei der Arbeit zu nutzen (im Mittel 4,5 auf einer Skala von 1 bis 5; sd=0,8, min=1, max=5). Am häufigsten wurde hierbei Claude/Anthropic genannt (53 %), gefolgt von ChatGPT/Open AI (41 %), Copilot/Microsoft (29 %), Figma AI (14 %), Google Gemini (12 %) und Perplexity (6 %). 7 % der Teilnehmenden gaben an, interne KI-Lösungen zu verwenden.

Die Teilnehmenden beschrieben die Veränderung ihres Arbeitsalltags durch KI auf einer Skala von 0 bis 100 im Mittel mit 60,3 (sd=26,4, min=0, max=100). Die Beeinflussung ihres Arbeitsalltags durch KI wurde im Mittel mit 58,1 beschrieben (sd=21,9, min=0, max=100).

Am häufigsten gaben die Teilnehmenden an, KI für die Überarbeitung eigener Texte zu nutzen (71 %), gefolgt von Recherche und Ideengenerierung bzw. Brainstorming (jeweils 65 %), Zusammenfassen von Texten (60 %), Reflexion von Ideen (53 %) und als Gesprächspartner zum Austausch von Ideen (45 %) sowie zum Übersetzen von Texten (41 %). Weniger häufig wird KI verwendet, um Bilder oder Grafiken zu erstellen (27 %) oder Aufgaben abzugeben (22 %).

Risiken sehen die Teilnehmenden primär bei dem Verlust eigener Fähigkeiten (“De-Skilling”) (68 %), in der weniger kritischen Auseinandersetzung mit Arbeitsthemen (66 %), in der Qualitätsverschlechterung von Arbeitsergebnissen (57 %), bei reduzierter Kreativität von Arbeitsergebnissen (52 %) und dem Verlust von Arbeitsplätzen (42 %). Weniger besorgt sind die Teilnehmenden darüber, dass sich durch KI-Nutzung Verantwortlichkeiten verschieben (37 %), soziale Kontakte im Arbeitskontext reduzieren (26 %), sie weniger Spaß an der Arbeit empfinden (25 %) sowie weniger Erfolgserlebnisse im Arbeitskontext erfahren (20 %) könnten.

9 BEKANNTESTE UNTERNEHMEN

Auf die Frage “Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen dir spontan ein, wenn du an Usability/UX denkst?” waren bis zu drei Antworten möglich. Die Antworten spiegeln ausschließlich wieder, welche Unternehmen den Teilnehmenden spontan einfallen und lassen keine Aussage über allgemeine Bekanntheit, Qualität oder Marktanteil zu. Es wurden 195 verschiedene Unternehmen genannt. Die meistgenannten Unternehmen waren UID (104), UX&I (97), MAI eresult (59), DATEV (55), das Spiegel Institut (52), usability.de (49), adesso (42), Centigrade (42), Ergosign (40), artop (33), uintent (29), Userlutions (20), SAP (18), Bosch (15), UXMA (14), Siemens (13), slashwhy (13), German UPA (11), und ProContext (10). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Teilnehmenden genannt.

DANKSAGUNGEN

Herzlichen Dank an alle Teilnehmer der Befragung, ohne deren Bereitschaft der vorliegende Branchenreport nicht möglich gewesen wäre.