

Branchenreport UX/Usability 2018

Stefan Tretter¹, Sarah Diefenbach¹, Daniel Ullrich², Nina Gerber³

Department Psychologie, LMU München¹
Institut für Informatik, LMU München²
SECUSO, KIT³

stefan.tretter@lmu.de, sarah.diefenbach@lmu.de,
daniel.ullrich@ifi.lmu.de, nina.gerber@kit.edu

Zusammenfassung

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2018 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. 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 Potentiale. Zusätzliche Vergleiche mit vorherigen Jahren geben Aufschluss über Entwicklungen der Branche (z.B. Gehälter, Ausbildungswege, Tätigkeitsbereiche) im zeitlichen Verlauf.

1 Einleitung

Mit dem jährlichen Branchenreport informiert die German UPA (Berufsverband für UX und Usability, www.germanupa.de) 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, zum anderen auch 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 wie auch in den Vorjahren mittels Online-Befragung im Zeitraum von März bis Mai. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 330 Professionals beteiligten sich an der Befragung und bilden die Basis für die im Folgenden vorgestellten Analysen. Da die Teilnehmer die Möglichkeit hatten, einzelne Fragen zu überspringen, kann die Anzahl in den nachfolgenden Statistiken variieren. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu etwa 42% aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 58% bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten. *Abbildung 1* zeigt die Entwicklung der Teilnehmer im Laufe der Jahre, sowie eine Unterteilung dahingehend, ob 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 der Vorjahre.

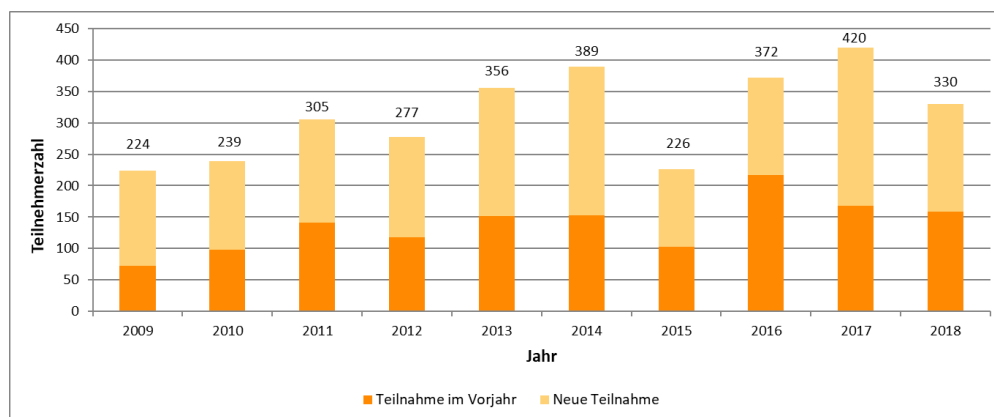


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

2 Demografie

52% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich und 48% weiblich, was den langjährigen Trend zu einer ausgeglichenen Verteilung zwischen den Geschlechtern fortsetzt. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 35 Jahren ($sd=7,1$; $min=22$; $max=62$). Die Mehrzahl der Teilnehmer arbeitet in Bayern (29%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (16%), Baden-Württemberg (16%), Berlin (11%), Hamburg (10%) und im Saarland (8%). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 5%. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 7 Jahren ($sd=5,6$; $min=0$; $max=30$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 8,7 Jahren signifikant mehr

Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 5,7 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 37 Jahren signifikant älter als Frauen mit 33 Jahren. Bei der Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, gingen die Antworten weit auseinander: sie reichten von 0% bis 100%. Der Median liegt bei 80% (Mittelwert $m=75$; $sd=26,9$).

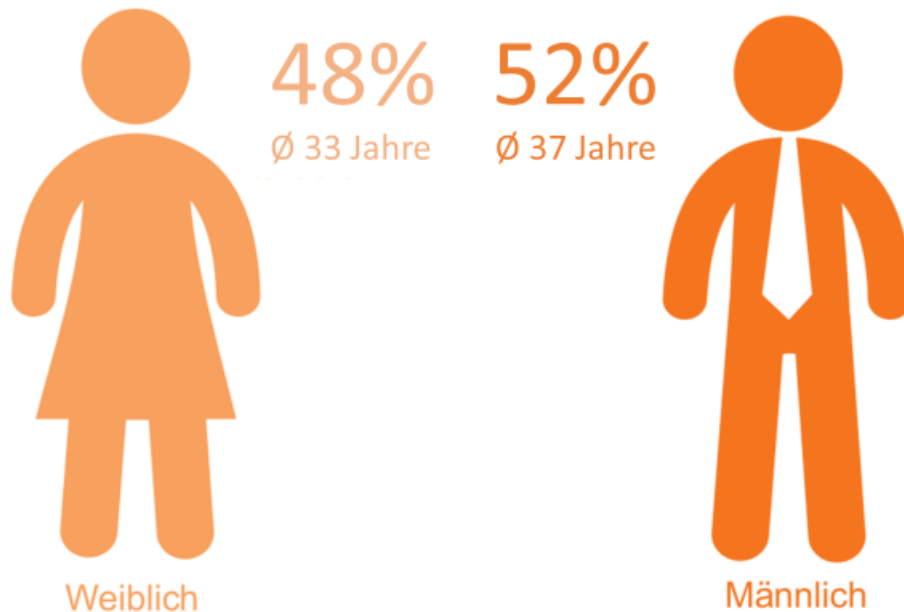


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis in der UX/Usability-Branche

3 Aus- und Weiterbildung

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 32% der Master-Abschluss, der damit zum ersten Mal häufiger vertreten ist als das Diplom, welches mit 31% am zweithäufigsten genannt wurde. Weitere 22% verfügen über einen Bachelor- und 5% über einen Magister-Abschluss. 6% der Teilnehmer haben promoviert (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind erneut Psychologie (14%), Medieninformatik (11%) und Informatik (8%). Ganze 17% gaben einen Studiengang an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war, was die Diversität des Berufsfeldes verdeutlicht. Der deutlich am häufigsten genannte Ausbildungsberuf ist wie in den Vorjahren die Ausbildung zum/zur Mediengestalter/in.

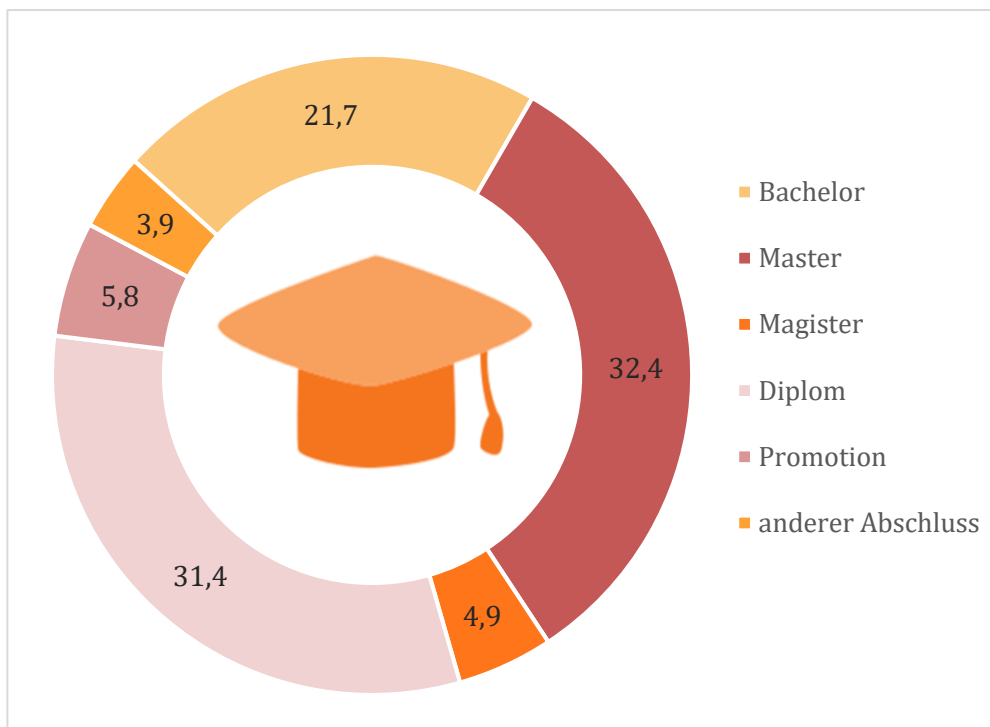


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schlossen diese in der Hälfte der Fälle (50%) mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (81 Personen) ab. Weitere Titel waren „Usability Engineer“ (18 Personen), „Usability Consultant“ (17 Personen) und „UX & Usability Expert“ (15 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das artop Institut Berlin (40 Personen), das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 34 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (12 Personen).

Wie in den Vorjahren wurden die Befragten um die Angabe der drei für sie persönlich wichtigsten Aktivitäten zum Wissenserwerb im Bereich UX/Usability gebeten. Die Relevanz der Aktivitäten ist vergleichbar mit den Vorjahren (Abbildung 4). Auf die offene Frage nach weiteren besonderen Empfehlungen für UX/Usability-Wissen wurden zusätzlich genannt: Die Usability Professionals/Mensch und Computer Konferenz, Barcamps, Podcasts und Hörbücher, Videoplattformen (z.B. YouTube und Vimeo), Social-Media-Kanäle (z.B. Twitter und LinkedIn) sowie Webinars.



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

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 (36%), e-Commerce (26%), Automobil (24%), Finanzdienstleistung (23%), Medizin und Pflege (16%), Elektronik (9%), Hochschule und Lehre (8%), Unterhaltung und Spiele (6%), Bauen und Wohnen (5%), Food/Fast moving consumer goods (5%), sowie Touristik (4%). Beispiele weiterer Nennungen sind Cyber Security, Energiegewinnung, Non-Profit, Healthcare, Digitaldruck, ÖPNV, Social Media, Versicherungswesen, Verlagswesen oder Maschinenbau.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business (71%) waren in diesem Jahr etwas häufiger als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (59%). Gegenüber dem Vorjahr hat damit der Anteil der Business-to-Consumer-Projekte etwas abgenommen (2017: 68%).

Die Projekte umfassen außerdem verschiedene Endgeräte: Spitzenreiter sind wie auch schon im Vorjahr klassische Desktop-Anwendungen (89%). 76% der Befragten berichten

Projekterfahrung mit Mobile Devices, 67% mit Tablet-Anwendungen, 61% berichten über Projekte mit Eignung für verschiedene Endgeräte/Responsive Design. Für 9% der Befragten handelt es sich bei den relevanten Endgeräten um Haushaltsgeräte, Beispiele für seltenere Nennungen sind Alexa Echo, AR-/VR-Brillen, sowie intelligente Lautsprecher und andere Geräte aus dem Smart-Home-Kontext.

Die meist genannten Aufgabenschwerpunkte sind Beratung/Stakeholder Management (67%), UX Design (50%), Prototypen-Entwicklung (45%), Evaluation (43%), Usability Testing (39%), User Research (38%), Information Architecture (38%), Requirements Engineering (38%), Usability Engineering (36%) und grafische Gestaltung (32%). Die Rangfolge der meist vertretenen Aufgabenschwerpunkte entspricht damit weitgehend der vom Vorjahr, die Relevanz von Usability Testing hat gegenüber dem Vorjahr etwas zugenommen (2017: 34%), ebenso die Relevanz von User Research (2017: 34%). Die aufgeführten Prozentzahlen beziehen sich jeweils auf den Anteil der Befragten, die auf einer 5-stufigen Skala angaben, „häufig“ (=4) oder „sehr häufig“ (=5) zu arbeiten (die restlichen Skalenwerte waren 1=nie, 2=selten, 3=ab und zu). Zur offenen Frage nach weiteren Schwerpunkten wurden beispielsweise Vertrieb/Kundenbetreuung, UCD-Institutionalisierung, Service Design sowie Projektmanagement und Release-Planung genannt.

Um einen Einblick in die größten Herausforderungen und Probleme in UX/Usability-Projekten zu erlangen, wurden die Teilnehmer für typische Aspekte im Gestaltungsprozess jeweils um ein Rating von 1 (=eher unproblematisch) bis 5 (=große Herausforderung) gebeten. Hierbei zeigten sich signifikante Unterschiede in der Einstufung der verschiedenen Aspekte: Die am problematischsten erlebten Aspekte sind Qualitätssicherung (m=3,5), Analyse/User Research (m=3,5), Transfer von Konzept zu Entwicklung (m=3,4) sowie Transfer von Konzept zu Kunde (m=3,3). Weniger Probleme treten typischerweise auf hinsichtlich des Transfers von Konzept zu Design (m=2,8), der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten (m=2,7) sowie hinsichtlich der Persona Entwicklung (m=2,7). Beispiele weiterer genannter Herausforderungen in UX/Usability-Projekten sind der Einsatz von UX Methoden in agilen Prozessen, die Umsetzung der z.T. recht zeitintensiven Maßnahmen im Projektverlauf, das nutzerzentrierte Vorgehen im gesamten Unternehmen und beim Kunden selbstverständlich werden zu lassen, sowie die Erfahrung, dass UX Design zu oft mit Grafikdesign gleichgestellt wird.

„Besonders positiv beurteilen die Befragten ihre Tätigkeit in der UX/Usability-Branche (im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern ehemaliger Studien-/Ausbildungskollegen, 5er-Skala, 1=gering, 5=hoch) hinsichtlich der Aspekte Vielfalt/Abwechslung (m=4,2), Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit (m=4,1) sowie Spaß an der Arbeit (m=4,1). Etwas geringer fällt der Vorsprung hinsichtlich der Aspekte Weiterentwicklungsmöglichkeiten (m=3,7), Stress/Zeitdruck (m=3,6) und Gehalt (3,4) aus.

Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert (m=52%; sd=23; min=0%; max=100%).

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 13% der Teilnehmer umfasste, während sich 85% der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis (2017: 17% vs. 82%). 2% 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

41 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil. Die jeweils wählbaren Antwortoptionen beruhen stets auf den meistgegebenen Antworten der letzten Jahre. 36% der Selbstständigen bezeichnen sich als „Freelancer“, während 26% ihr Unternehmen als „Agentur“ beschreiben. 13% betreiben eine „Beratung“, 10% ein „Designstudio/-büro“ und 8% bezeichnen ihre Arbeit als „Consulting“. Hinzu kommen 5%, die ein „Entwicklungsunternehmen (Software- und/oder Hardwarehersteller)“ führen. Darüber hinaus gab eine weitere Person an, ein Ingenieurbüro zu betreiben. Die durchschnittliche Unternehmensexistenz liegt wie bereits im Jahr 2017 bei 8,5 Jahren, wobei das Alter der Unternehmen naturgemäß stark variiert ($sd=6,5$). Das älteste der oben genannten Unternehmen wurde bereits vor 27 Jahren gegründet. 15% (2017: 20%; 2016: 30%) der Selbstständigen arbeiten allein, in über der Hälfte der Fälle (54%) besteht die Belegschaft aus einem (30%) oder zwei (24%) Angestellten (2017: 48%). Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit weniger als 10 Mitarbeitern bei 81%, 9% der befragten Inhaber beschäftigen 10 bis 20 Angestellte. Hinzu kommt jeweils ein Unternehmen mit 30, 34, und 50 Mitarbeitern, die zusammen wiederum 9% der Stichprobe ausmachen. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 3,0 Monate ($sd=1,8$) bis sie eine offene Stelle besetzen können (*Abbildung 5*), als Maximum wurden 6 Monate angegeben (2017: $m=4,4$; $sd=4,0$; $max=18$).

Die beiden meistgenannten Gründe für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern sind erneut „mangelnde Berufserfahrung“ (58%) und „zu wenig Bewerber auf eine Stelle“ (58%). Knapp dahinter liegen das „fehlendes Fachwissen im Bereich UX/Usability“ (53%) und „überhöhte Gehaltsvorstellungen“ (47%) der Kandidaten. Zu den weniger häufig auftretenden Schwierigkeiten bei der Personalsuche gehören „mangelnde Soft-Skills“ (26%) und „fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools“ (16%). Die erfolgreichsten Wege zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem persönliche Netzwerke, Beziehungen und Kontakte, sowie teilweise Ausschreibungen auf Websites und Blogs. Des Weiteren werden auch Hochschulnetzwerke und Initiativbewerbungen genannt.

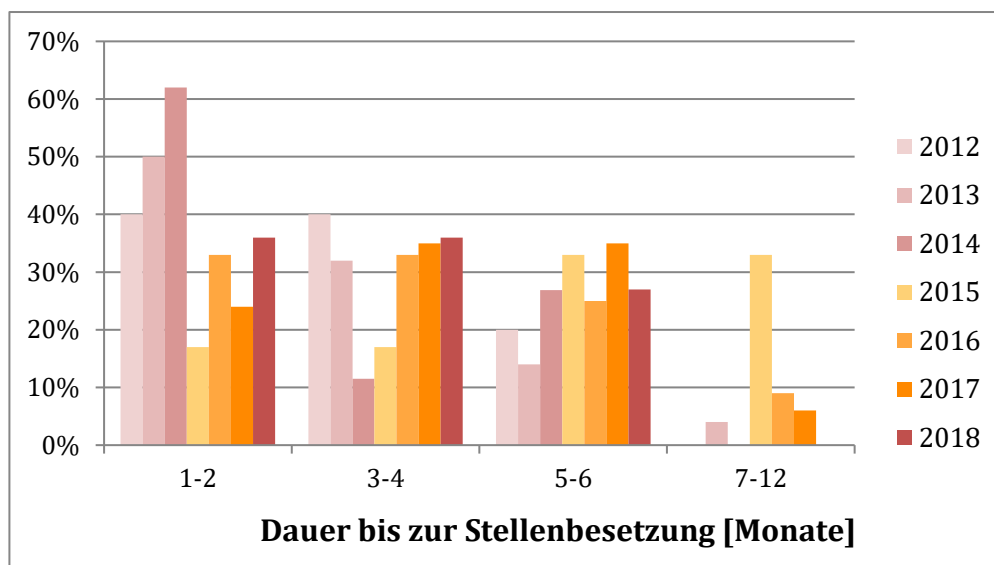


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung in der UX/Usability-Branche von 2012 bis 2018

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt nach wie vor eine der größten Herausforderungen bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens darin, potentiellen Auftraggebern die Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen zu vermitteln – hier stimmen 57% zu. Allerdings zeigt sich die größte Übereinstimmung – mit der größten Diskrepanz zum Vorjahr - hinsichtlich der Schwierigkeit, Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen (60%; 2017: 33%). Mit etwas Abstand darauf folgt die Erhöhung der Investitionsbereitschaft von Auftraggebern (40%). Noch etwa ein Drittel der Befragten sehen Probleme bei der Balance zwischen User Goals und Business Goals (34%), gleichauf mit der tatsächlichen Realisierung von Konzepten und Umsetzungsvorschlägen (34%). Als ähnlich große Herausforderung werden die Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. die Abgrenzung von „unseriösen“ Konkurrenten (34%) gesehen, weniger jedoch die generelle Anerkennung bei Entwicklern (17%). Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 3,7 (sd=1,2), also als eher zufriedenstellend, wenn auch geringer als im Vorjahr (2017: m=4,1; sd=1,0). Im Hinblick auf das kommende Jahr liegen die Erwartungen bezüglich der Auftragslage etwas höher (m=4,1; sd=0,9).

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 18 % der Antworten (Abbildung 6). Auf dem zweiten und dritten Rang folgen wie zuletzt der „User Experience Consultant“ (9%) und der „Usability Engineer“ (8%) in relevanter Häufung. Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf

den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 34% der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier stehen vor allem „Design Engineer“ (2%) und „User Experience Manager“ (2%) als häufigste Antworten hervor. In der Gesamtbetrachtung fällt auf, dass sich die meistgenannten Berufsbezeichnungen ungeachtet der grundsätzlichen Vielfalt im Vergleich zu den Anfangsjahren des Branchenreports stabilisiert haben.

Nr.	2008-2010	2011-2014	2015	2016	2017	2018
1.	Information Architect	Usability Engineer	Usability Engineer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer
2.	User Interface Designer	User Experience Consultant	User Experience Consultant	Usability Engineer	User Experience Consultant	User Experience Consultant
3.	Usability Engineer	User Interface Designer	User Experience Designer	User Experience Consultant	Usability Engineer	Usability Engineer
4.	Konzepter	User Experience Designer	User Interface Designer	Wissenschaftl. Mitarbeiter	Wissenschaftl. Mitarbeiter	User Experience Researcher
5.	User Experience Consultant	Usability Consultant	Product Manager	User Interface Designer	User Experience Researcher	Wissenschaftl. Mitarbeiter
6.	Information Architect	Usability Engineer	Usability Engineer	User Experience Architect	User Interface Designer	Product Manager

Abbildung 6: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße
(Werte in Klammern entsprechen denen des Vorjahres)

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 4,1 Jahren ($sd=4,1$; $min=0$; $max=28$; $med=3$) angestellt. 18% der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2017: 20%). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 2 bis zu 450.000 Beschäftigten ($med=150$; $m=21.578$; $sd=70.085$). Wie Abbildung 7 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 16 – 50 bzw. 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größten Gruppen. 26% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei der Anteil der Angestellten, der sich mit UX-/Usability beschäftigt, in den Unternehmen mit 16 – 50 Mitarbeitern bei knapp über der Hälfte liegt (51%), während es in den Unternehmen mit 101 – 1000 Mitarbeitern knapp unter ein Fünftel ist (19%). Die zuvor genannten Verhältnisse zeigen sich über die vergangenen Jahre durchaus stabil. Im Vergleich zu den Vorjahren scheint vor allem in kleineren Unternehmen der Anteil der UX/Usability

Professionals unter der Belegschaft deutlich angestiegen zu sein. Insgesamt beschäftigt sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen ein Viertel der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability, wobei die eine Hälfte (49%) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessert, während die andere mit Produkten von Auftraggebern arbeitet (51%).

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX / Usability Professionals
1-15	5% (9%)	51% (35%)
16-50	26% (18%)	53% (36%)
51-100	13% (10%)	19% (37%)
101-1.000	26% (37%)	26% (12%)
1.001-10.000	15% (14%)	5% (4%)
>10.000	15% (12%)	4% (6%)

Abbildung 7: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße
(Werte in Klammern entsprechen denen des Vorjahres)

Mit 96% bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 36% der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, so hoch wie nie (2017: 20%; 2016: 29%). Der gewünschte Stellenumfang bei Personen, die angeben, dass sie gerne weniger auf ihrer derzeitigen Stelle arbeiten würden, bewegt sich vor allem im Bereich um 80% der aktuellen Arbeitszeit. Obwohl bei über einem Drittel der Befragten der Wunsch nach einer mehr oder weniger großen Reduktion der Stelle besteht und 46% der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeitmodellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der Anteil an Teilzeitstellen mit 4% sehr niedrig. Ein möglicher Erklärungsansatz könnte sein, dass diejenigen Teilnehmer, die sich einen reduzierten Stellenumfang vorstellen können, signifikant weniger Unterstützung für Teilzeitmodelle durch ihren Arbeitgeber wahrnehmen. Eventuell wäre hier ein offenerer Umgang der Arbeitgeber mit neuen Arbeitszeitkonzepten angebracht, um dem offensichtlichen Bedarf nachzukommen.

61% der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber gemessen an einer 5-stufigen Skala (1=sehr unzufrieden; 5=sehr zufrieden) eher oder sogar sehr zufrieden (2017: 66%), 16% sind eher oder sehr unzufrieden (2017: 14%). Abbildung 8 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

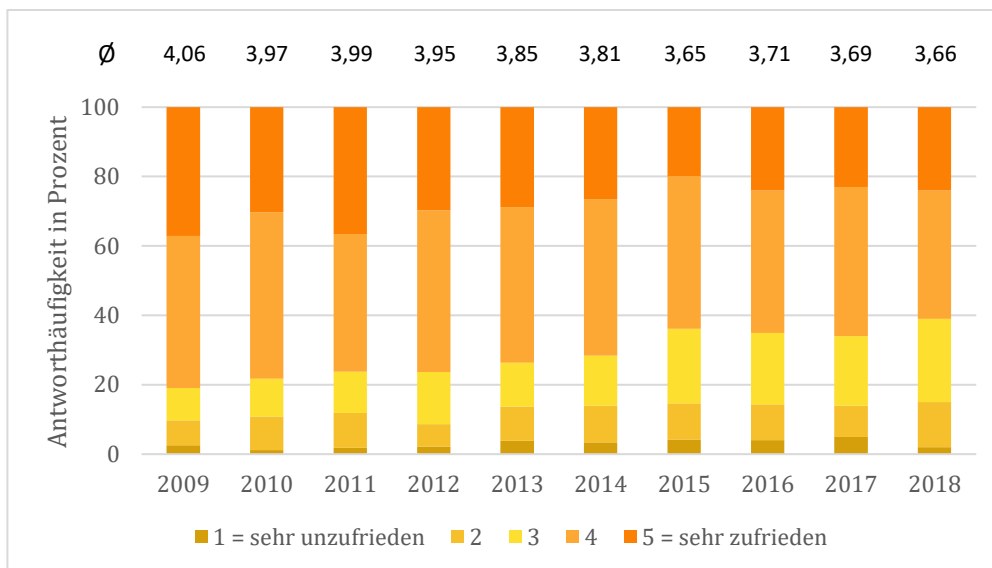


Abbildung 8: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

6 Verdienst

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 53.701€ (sd=13.060; min=25.800; max=85.000; Berücksichtigung der Inhaber von 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 12.000 €. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 3.179€ (sd=2.897) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 3.000€. Tendenziell höhere Gehälter finden sich in größeren Unternehmen ($r=.25$) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in Evaluation ($r=.18$) und Requirements Engineering ($r=.15$). Auch UX/Usability Professionals, die in Unternehmen arbeiten, in denen sich nur ein geringer Anteil der Beschäftigten mit UX/Usability beschäftigt, weisen in der Regel ein höheres Gehalt auf ($r=.22$). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche Zusammenhänge von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 79€ (sd=15; min=60; max=120), der mittlere Tagessatz bei 637€ (sd=61; min=600; max=800) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 141 Tagen pro Jahr (sd=74; min=10; max=250). Hochgerechnet auf das ganze Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 93.570€ (sd=49.655; min=18.000; max=160.000).

Allerdings sehen auch einige Teilnehmer immer noch zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential im Bereich Augmented Reality; wie im letzten Jahr wird diese Anwendung hier am häufigsten genannt. Weiteres Potential liegt für die Teilnehmer in der systematischen Analyse von (End)nutzeranforderungen sowie Forschung an und mit Nutzern im Allgemeinen, der Gestaltung von Smart Home Produkten und die Rückkehr zu simplistischen Designs. Wie in den letzten drei Jahren wird auch der B2B-Bereich als zukunftssträchtiges Feld für UX/Usability Professionals genannt, ebenso wie die Personalisierung von Anwendungen.

Welche Änderungen in der Branche die Teilnehmer für nötig erachten, um aktuelle Herausforderungen erfolgreicher bewältigen zu können, wurde anhand vorgegebener Kategorien abgefragt, die auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre basieren. Von der Mehrzahl der Teilnehmer wird eine stärkere Einbettung von Usability und User Experience in die Entwicklungsprozesse gewünscht (76%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als wünschenswerte Änderungen angeführt (64%). Eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards wird von 27% der Teilnehmer gewünscht, 25% fordern eine stärkere Vernetzung der Community und 23% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

8 Bekannteste Unternehmen

Auf die Frage „*Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Usability/UX denken?*“ waren die meistgenannten Unternehmen UID (114), eresult (60), Ergosign (51), Centigrade (42), artop (41), Bosch (19), Fraunhofer FIT (18), SAP (18), usability.de (17), GfK SirValUse (14) und ProContext (12). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Befragten genannt.

Danksagung

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

Autoren



Tretter, Stefan

Stefan Tretter studierte Wirtschafts-, Organisations- und Sozial-psychologie an der LMU München, wo er seit Oktober 2015 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wirtschafts- und Organisationspsychologie tätig ist. Seine Forschungsinteressen liegen im Bereich der Markt- und Konsumentenpsychologie, mit besonderem Fokus auf dem Nutzererleben bei der Mensch-Technik-Interaktion.



Diefenbach, Sarah

Sarah Diefenbach ist Professorin für Wirtschaftspsychologie an der LMU München, studiert hat sie Psychologie mit Nebenfach Informatik. Seit 2007 beschäftigt sie sich mit der Erforschung des Konsumentenerlebens und der Gestaltung interaktiver Produkte unter psychologischen Gesichtspunkten. Aktuelle Forschungsarbeiten beschäftigen sich beispielsweise mit der Rolle psychologischer Bedürfnisse sowie der Gestaltung von Technologien für Veränderung und Selbstverbesserung. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Entwicklung von Methoden für User Experience Design und Evaluation für Forschung und Praxis.



Ullrich, Daniel

Daniel Ullrich ist Post-Doc an der Ludwig-Maximilians-Universität München im Bereich Mensch-Maschine-Interaktion des Instituts für Informatik. Seine Forschungsschwerpunkte sind intuitive Interaktion mit technischen Produkten sowie Interaktionsgestaltung und -wahrnehmung in den Bereichen Automotive und Human-Robot-Interaktion.



Gerber, Nina

Nina Gerber studierte Psychologie an der Technischen Universität Darmstadt. Seit 2018 ist sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Forschungsgruppe SECUSO am Karlsruher Institut für Technologie tätig. Ihre Forschungsinteressen liegen hauptsächlich im Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion. In mehreren Projekten beschäftigt sie sich aktuell damit, wie Nutzer im Technikkontext mit privatsphärenkritischen Daten umgehen.