Branchenreport UX/Usability 2013

Ergebnisse einer Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

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

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

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

Abstract
Mit dem jährlichen Branchenreport User Experience/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 350 Personen liefern Informationen zu Ausbildungs- und Karrierewegen, Arbeitsfeldern und Aufgabenbereichen, Verdienstmöglichkeiten, Herausforderungen bei der Unternehmensgründung sowie den wichtigsten Arbeitgebern der Branche.

Keywords:
/// Usability
/// User Experience
/// 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- bzw. User Experience-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, Unterschiede zwischen „Usability“ und „User Experience“ oder die Frage nach 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 Einladungen in Usability/User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. Von insgesamt 513 Personen machten 356 Angaben zu der Mehrzahl der Fragen, diese bilden die Grundlage für die folgenden Auswertungen. Etwas mehr als die Hälfte (204/356; 57%) der Teilnehmer 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, Informationen zu Berufs- und Zusatzausbildungen, sowie berufsbegleitende Aktivitäten zur Weiterbildung.

Momentane Position. Erfragt wurden Arbeitsbereiche, Aufgabenschwerpunkte, sowie weitere Angaben zur Charakterisierung typischer Projekte im Rahmen der momentanen Position (z.B. Projektdauer, beteiligte Berufsgruppen). Zusätzlich wurden spezifische Fragen zur Arbeitssituation an Angestellte und Selbstständige gerichtet: Unter den Angestellten wurden beispielsweise Jobtitel, Stellenumfang, Dauer der Unternehmenszugehörigkeit, Größe des Unternehmens, Bruttojahresgehalt sowie die Zufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber erfragt. Selbstständig Tätige hingegen wurden beispielsweise befragt zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung, ihrem üblichen Stunden- oder Tagessatz, ihrer Einschätzung der Auftragslage, sowie zu allgemeinen Herausforderungen bei der Unternehmensgründung im Bereich UX/Usability.

Branche. Erfragt wurden Meinungen zu Schwierigkeiten und notwendigen

Veränderungen der Branche, sowie die bekanntesten Unternehmen der Branche im deutschsprachigen Raum. Zudem wurde in diesem Jahr ein Meinungsbild zur persönlichen Definition und Abgrenzung der Begriffe „User Experience“ und „Usability“ erhoben.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Befragung zum Branchenreport Usability 2013 vorgestellt. Bei Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien basiert die Auswahl der Kategorien in der Regel auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Unterschiede werden als signifikant bezeichnet, wenn eine Irrtumswahrscheinlichkeit von < 5% vorliegt ($p < .05$).

3. Demografie

57% der Teilnehmer sind männlich, 43% weiblich. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 35 Jahren (sd=7,4; min=21; max=67), wobei das Durchschnittsalter unter den männlichen Teilnehmern (m=35,9) signifikant höher ist als unter den weiblichen Teilnehmern (m=33,6). Die Berufserfahrung im Bereich UX/Usability variiert zwischen 0 und 35 Jahren, beim Großteil der Befragten (79%) sind es allerdings nicht mehr als 10 Jahre (med=5). Der Durchschnittswert liegt bei 6,8 Jahren Berufserfahrung (sd=5,3).

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 (14%) und Baden-Württemberg (14%). Ebenfalls stark vertreten sind Nordrhein-Westfalen und Hamburg/ Schleswig-Holstein mit jeweils 11% sowie Hessen mit 7%. In allen anderen Bundesländern arbeiten jeweils unter 6% der Befragten.

4. Aus- und Weiterbildung

4.1. Ausbildung

Die große Mehrheit der Befragten (340 Personen, 96%) hat ein Studium absolviert, wobei 51% ihr Studium mit einem Diplom, 9% mit einem Bachelor of Science, 7% mit einem Bachelor of Arts, 7% mit einem Master of Science und 5% mit einem Master of Arts abschlossen; 6% haben anschließend promoviert (Angaben zum höchsten akademischen Abschluss). Wie auch im Vorjahr ist das meist studierte Fach Psychologie (51 Personen), auf den zweiten Platz gerückt ist dieses Jahr die Informatik (40 Personen), gefolgt von Medieninformatik (39 Personen) sowie Digitale Medien (21 Personen). Der meistgenannte Studienort ist in diesem Jahr erneut Berlin, vertreten durch die TU Berlin (10 Personen), die Humboldt Universität (8 Personen), sowie die FU Berlin (5 Personen). Die insgesamt meistbesuchten Universitäten sind die FH Kaiserslautern sowie die Universität Hamburg (jeweils 14 Personen), gefolgt von der Hochschule der Medien Stuttgart (12 Personen).

Unter den insgesamt 107 Personen (30%), die anstelle oder zusätzlich zum Studium einen Ausbildungsberuf erlernt haben, sind mit 23 Personen die Mediengestalter/innen am häufigsten vertreten. Danach folgen mit 9 Nennungen die Fachinformatiker/innen.

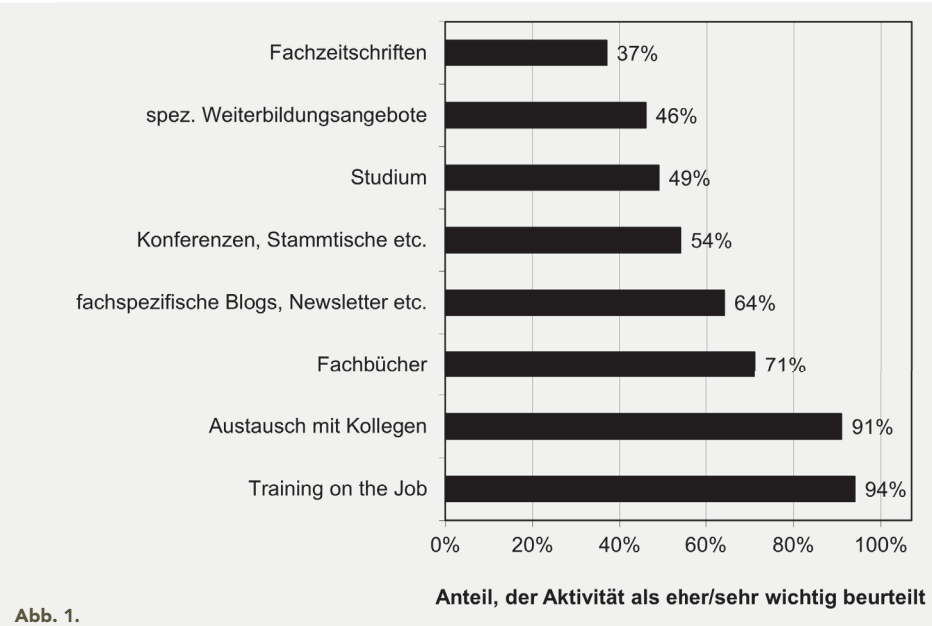

Abb. 1.
Relevanz verschiedener Aktivitäten zum Wissenserwerb im Bereich UX/Usability

4.2. Aktivitäten zur Weiterbildung

79 Personen (22%) haben eine speziell auf den Bereich UX/Usability ausgerichtete Zusatzausbildung absolviert. Am häufigsten genannt wurden hier die Ausbildung zum Usability Consultant am artop Institut der HU Berlin (31 Personen) sowie die Ausbildung zum Usability Engineer am Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik (FIT, 22 Personen). Beispiele weiterer Nennungen sind Certified Usability Analyst beim Ausbildungsanbieter Human Factors International oder die Ausbildung zum Usability Experte an der Usability Academy in Kaiserslautern (jeweils 2 Personen).

Abbildung 1 zeigt die Relevanz verschiedener Informationsquellen und Aktivität zum Erwerb von UX/Usability-Wissen im Berufsalltag. Angegeben ist jeweils der Anteil der Befragten, der eine Aktivität/ Informationsquelle als eher oder sehr wichtig beurteilt (fünfstufige Skala, 1=sehr unwichtig, 5=sehr wichtig). **[Abb. 1]**

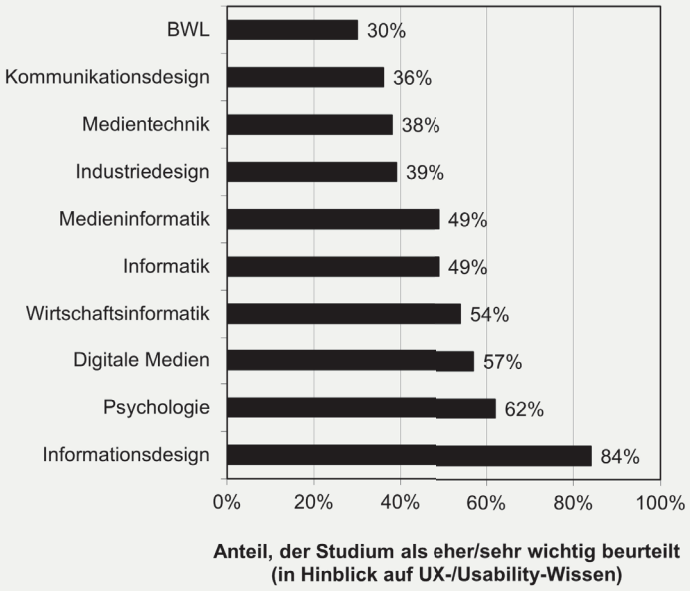

Abb. 2.
Beurteilung der Relevanz des Studiums in Hinblick auf UX-/Usability-Wissen unter Absolventen verschiedener Fachrichtungen

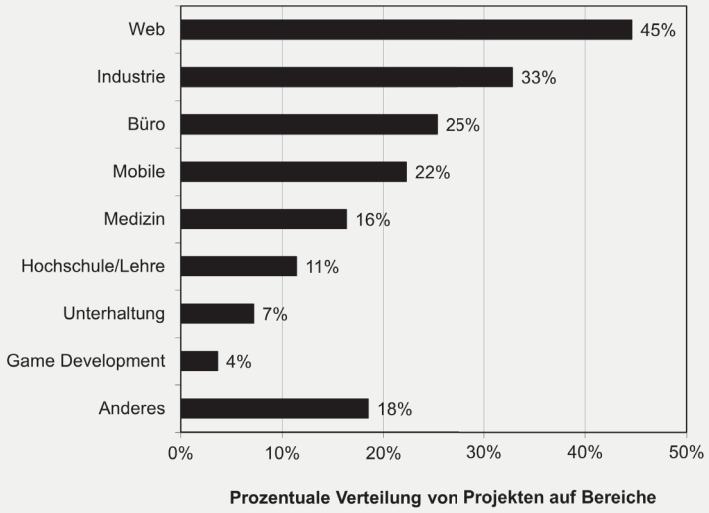

Abb. 3.
Prozentuale Verteilung von Projekten auf verschiedene Arbeitsbereiche

Die Einstufung der Relevanz des Studiums variiert je nach Studienfach **[Abb. 2]**: am höchsten liegt der Anteil der Personen, die ihr Studium als eher/sehr wichtig beurteilen unter den Informationsdesignern, gefolgt von den Psychologen sowie Absolventen des Studiengangs Digitale Medien (Berücksichtigung von Studienfächern, für die Angaben von mindestens 5 Personen vorliegen).

5. Momentane Position

5.1. Arbeitsbereiche

Basierend auf den in den Vorjahren am häufigsten genannten Arbeitsbereichen, wurden die Teilnehmer um die Angabe der prozentualen Verteilung ihrer Projekte gebeten. Abbildung 3 zeigt die durchschnittlichen Prozentangaben für die verschiedenen Bereiche. Der größte Anteil der Projekte liegt demnach im Bereich Web (m=45%), gefolgt von den Bereichen Industrie (m=33%), Büro (m=25%) und Mobile (m=22%). **[Abb. 3]**

5.2. Aufgabenschwerpunkte

Unabhängig vom Anwendungsbereich wurden die Teilnehmer außerdem um die Angabe der prozentualen Verteilung ihres Arbeitspensums auf verschiedene Aufgabenbereiche (z.B. User Interface Konzeption, Usability Testing, Requirements Engineering) gebeten. Abbildung 4 zeigt die durchschnittlichen Prozentangaben für die verschiedenen Aufgabenbereiche. Beispiele für unter „Anderes" genannte Aufgaben sind „(Projekt)Management" oder „Visual Design". **[Abb. 4]**

5.3. Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen

Am häufigsten arbeiten die befragten UX/Usability Professionals mit Software-Entwicklern (m=37%), Produktmanagern (m=25%) und Grafik-/Produktdesignern (m=23%) zusammen, Abbildung 5 zeigt die relativen Häufigkeiten für die abgefragten Berufsgruppen. Beispiele für weitere Nennungen sind Game Designer, Architekten oder Professoren. **[Abb. 5]**

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, reichen von 0 bis 100%, der Mittelwert liegt bei 55%, der Median bei optimistischeren 60%.

5.5. Projektdauer

Die Projekte, in denen die Befragten arbeiten, haben eine durchschnittliche Dauer von rund 6,5 Monaten. Der Median liegt allerdings nur bei 4 Monaten, bei 26% beträgt die Projektdauer meist nur 1–2 Monate. Längere Projekte mit einer Laufzeit von 18 Monaten und mehr bilden mit 9% die Ausnahme.

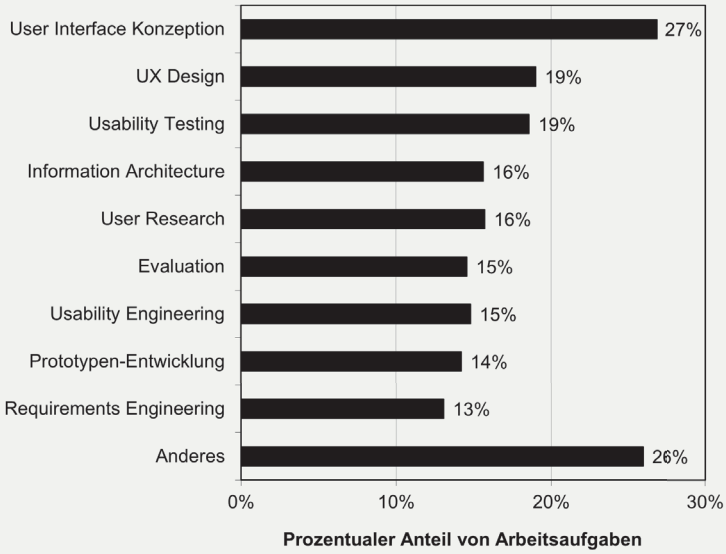

Abb. 4.
Prozentualer Anteil von Arbeitsaufgaben

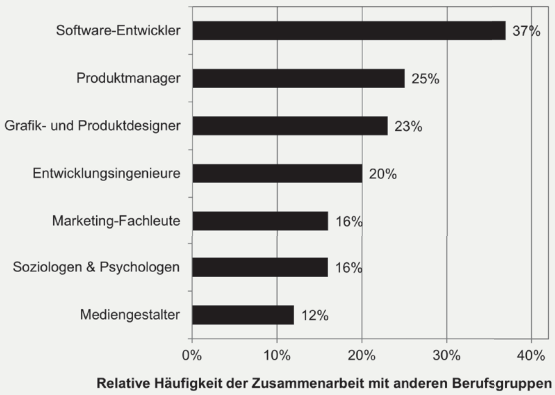

Abb. 5.
Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen

5.6.
Usability-Zeit

Gemessen an der Gesamtarbeitszeit liegt der Anteil an Tätigkeiten im Bereich Usability/User Experience unter den Befragten bei durchschnittlich 73%, wobei sich die Gruppe der Angestellten signifikant häufiger mit Usability/User Experience beschäftigt (m=76%) als die Gruppe der Freiberufler (m=63%).

5.7.
Angestellte versus Selbstständige

Die große Mehrzahl der Usability Professionals befindet sich in einem Arbeitnehmerverhältnis: 287 (81%) arbeiten als Angestellte, während die restlichen 69 Teilnehmer Inhaber eines Unternehmens oder freiberuflich tätig sind.

Unter den Frauen liegt der Anteil der Selbstständigen mit 17% etwas niedriger als unter den Männern (21%), dieser Unterschied ist jedoch nicht signifikant. 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 zeigt die Zahl der Nennungen für die meist genannten Jobtitel. Insgesamt ist der Begriff der „User Experience" immer häufiger auch Bestandteil des Jobtitels, insgesamt 99 Teilnehmer tragen einen entsprechenden Jobtitel. „Usability" ist hingegen nur noch bei 68 der Befragten Teil des Titels. **[Tab. 1]**

Die große Mehrheit der Angestellten (96%) arbeitet auf einer Vollzeitstelle. Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber angestellt sind die Befragten im Schnitt seit 4 Jahren (sd=3,9; min=0; max=24; med=3).

Rang	Jobtitel	Zahl der Nennungen
1	Usability Engineer	43
2	User Experience Consultant	38
3	User Experience Designer	34
4	Usability Consultant	19
5	User Interface Designer	16
6	Product Manager	11
7/8	User Researcher	6
7/8	Interaction Designer	6

Tab. 1.
Häufigste Jobtitel

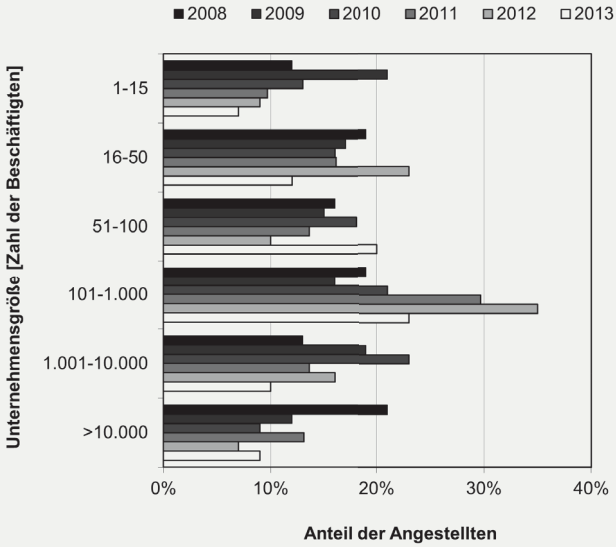

Abb. 6.
Verteilung der Angestellten auf Unternehmen unterschiedlicher Größe von 2008–2013

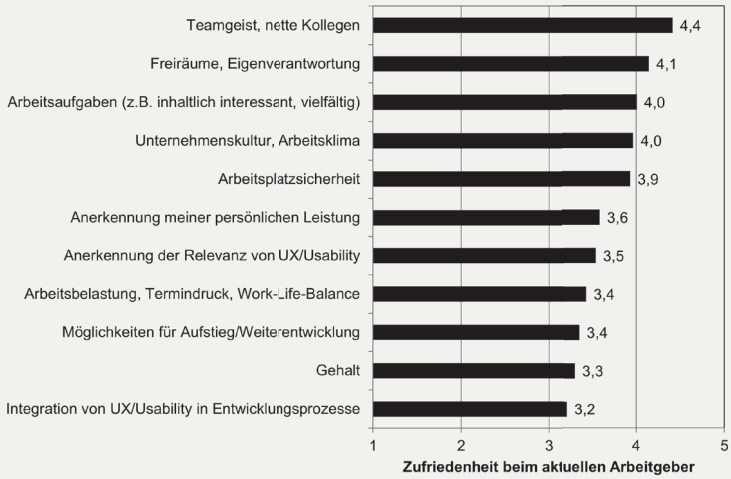

Abb. 7.
Zufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber hinsichtlich verschiedener Aspekte (1= sehr unzufrieden bis 5= sehr zufrieden)

26% der Angestellten haben derzeit Personalverantwortung, wobei die Übertragung von Personalverantwortung mit steigender Unternehmenszugehörigkeit zunehmend wahrscheinlicher wird (r=.32**).

6.2. Unternehmen

Etwa die Hälfte der Angestellten (54%) ist bei einem Unternehmen beschäftigt, das UX/Usability als Dienstleistung anbietet, die andere Hälfte arbeitet unternehmensintern an der Verbesserung der UX/Usability der „eigenen" Produkte des Unternehmens. Die Angaben zur Größe des Unternehmens variieren von 3 Beschäftigten bis zu 400.000 Beschäftigten (m=10.441; sd=43.207; med=120). Die größte Gruppe bilden Angestellte, die in Unternehmen mit 100 – 1000 Beschäftigten arbeiten. Im Vergleich zum Vorjahr sind aber auch sehr große Unternehmen mit über 10.000 Beschäftigten sowie Unternehmen mit 51–100 Beschäftigten wieder etwas stärker repräsentiert. Abbildung 6 zeigt die Verteilung der Angestellten auf die unterschiedlichen Unternehmensgrößen. **[Abb. 6]**

6.3. Zufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber

Der Mittelwert für die Gesamtzufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber liegt bei 3,9 (sd=1,1; fünfstufige Skala von 1= sehr unzufrieden bis 5= sehr zufrieden). Besonders zufrieden sind die teilnehmenden Usability und User Experience Professionals mit dem in ihrer Abteilung vorherrschenden Teamgeist und den netten Kollegen (m=4,4), der ihnen aufgetragenen Eigenverantwortung und den vorhandenen Freiräumen (m=4,1) sowie mit den inhaltlich interessanten und vielfältigen Arbeitsaufgaben (m=4,0). Im Vergleich dazu weniger zufrieden sind die Teilnehmer mit den vorhandenen Möglichkeiten für beruflichen Aufstieg und Weiterentwicklung (m=3,4), der Höhe ihres Gehalts (m=3,3) und der Integration von User Experience und Usability in den Produktentwicklungsprozess (m=3,2). Insgesamt liegen die Zufriedenheitswerte jedoch für alle abgefragten Aspekte über dem Skalenmittelpunkt. Abbildung 7 zeigt die gemittelten Zufriedenheitswerte für alle abgefragten Zufriedenheitsaspekte. **[Abb. 7]**

Zudem ist die Gesamtzufriedenheit beim aktuellen Arbeitgeber unter Männern (m=4,01) signifikant höher als unter Frauen (m=3,64), der gleiche Unterschied zeigt sich für die meisten Einzelaspekte (nur für Aufstiegsmöglichkeiten, Integration von UX/Usability in Unternehmensprozesse, Arbeitsbelastung und Arbeitsplatzsicherheit zeigen sich keine geschlechtsspezifischen Zufriedenheitsunterschiede).

6.4. Gehaltsspiegel

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt der Angestellten liegt in diesem Jahr bei 51.527 € (sd=18.245; min=21.720; max=150.000; Berücksichtigung von Inhabern ganzer Stelle), und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr nicht signifikant verändert (2012: 49.182 €). Männer (m=55.614 €) verdienen weiterhin signifikant mehr als Frauen (m=45.845 €), der Zusammenhang zwischen Geschlecht und Höhe des Gehalts bleibt auch dann signifikant, wenn man die Unterschiede in der Berufserfahrung berücksichtigt (partielle Korrelation r=.178**).

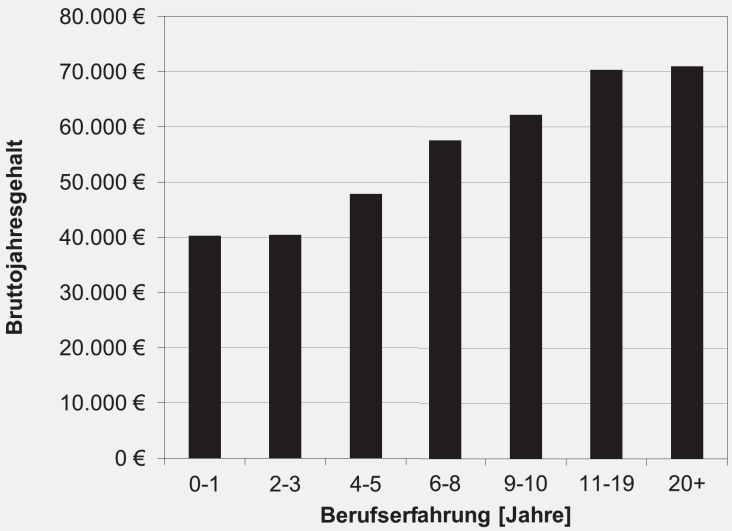

Abb. 8.
Durchschnittsgehälter der Angestellten in Abhängigkeit der Berufserfahrung

Wie auch in den Vorjahren ist der wichtigste Gehaltsprädiktor die Berufserfahrung (r=.56**), dieser Zusammenhang besteht für weibliche (r=.41*) und männliche UX/Usability Professionals (r=.57**) gleichermaßen. Abbildung 8 zeigt die Durchschnittsgehälter der Angestellten in Abhängigkeit der Berufserfahrung. Unter Frauen besteht außerdem ein signifikanter Zusammenhang zwischen Gehalt und Unternehmensgröße (r=.35**), unter Männern ist dieser Zusammenhang nicht signifikant (r=.05). **[Abb. 8]**

7. Situation der Selbstständigen

7.1. Unternehmen

In diesem Jahr haben sich mit 69 Unternehmensinhabern wieder mehr Selbstständige an der Befragung zum Branchenreport beteiligt (im Vorjahr waren es nur 38 Personen), an dieser Stelle nochmals speziellen Dank. Die Unternehmensbezeichnungen wurden dieses Jahr über vorgegebene Kategorien abgefragt, die sich jeweils aus den meistgenannten Bezeichnungen der entsprechenden offenen Frage des letzten Jahres ergaben. Unter den 69 Unternehmensinhabern bezeichnen sich 21 Personen als „Freelancer", 13 Personen betreiben eine „Agentur", jeweils 10 Personen bezeichnen ihr Unternehmen als „Beratung" oder „Consulting" und 8 Personen betreiben ein Designstudio/-büro. Beispiele für weitere Unternehmensbezeichnungen sind „Testlabor" oder „Engineering". Die Unternehmensgründung liegt im Schnitt 6 Jahre zurück, allerdings sind auch Inhaber ganz frisch gegründeter Unternehmen vertreten (sd=5,2; min=0; max=25).

19% der Selbstständigen arbeiten allein, der Großteil beschäftigt Angestellte. In vielen Fällen (46%) ist es allerdings nur einer. Selbständige mit 10 Angestellten und mehr bilden in diesem Jahr erneut mit 12% eher die Ausnahme, Inhaber größerer Unternehmen mit über 40 Angestellten haben sich dieses Jahr leider nicht an der Befragung beteiligt. Im Durchschnitt brauchen die Unternehmensinhaber 3 Monate (sd=2,8; min=0, max=12) bis sie eine offene Stelle besetzen können.

7.2. Herausforderungen

Die nach wie vor größte Herausforderung bei der Unternehmensgründung besteht für Unternehmer darin, potentiellen Auftraggebern die Relevanz von Usability zu vermitteln, 65% der Selbstständigen stimmen hier zu. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Relevanz dieses Faktors wieder gestiegen, 2012 waren es nur 50%, die diesen Aspekt als besondere Herausforderung erlebten. Eine weitere Herausforderung stellt die Kontaktaufnahme zu potentiellen Auftraggebern dar (48% Zustimmung) sowie die Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. die Abgrenzung von „unseriösen" Konkurrenten (38%). 17% berichten von Schwierigkeiten, bei Entwicklern Anerkennung zu finden, weitere genannte Herausforderungen sind beispielsweise „Usability als Wort vermeiden und die Idee des nutzerzentrierten Gestaltens vermitteln" oder „die Festanstellung umgehen und den Job als Freelancer bekommen". Die relative Wichtigkeit der Herausforderungen hat sich somit im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert.

These	Anteil an Zustimmung
User Experience ist der weitere Begriff. Usability ist ein Teilaspekt von User Experience.	80%
Gute Usability ist eine Voraussetzung für gute User Experience.	70%
Usability lässt sich objektiver beurteilen als User Experience.	55%
Usability beschäftigt sich mit aufgabenbezogenen Qualitätsaspekten, User Experience mit aufgabenunabhängigen Qualitätsaspekten (z.B. emotionale Wirkung)	54%
User Experience ist wichtiger für die Vermarktung eines Produkts als Usability.	29%
Mit dem Begriff User Experience lässt sich besser Geld verdienen.	18%
Usability ist ernsthafter/seriöser als User Experience.	8%

Tab. 2.
Thesen zur Abgrenzung der Begriffe User Experience und Usability und Anteil an Zustimmung

User Experience…	Usability…
„Schließt das gesamte Produkterlebnis mit ein – von der Verpackung bis hin zum After-Sales Service“	„Ist nur ein Teilaspekt der User Experience“
„Hat viel mit Ästhetik für alle beteiligten Sinne zu tun (optisch, ggf. auch haptisch, akustisch)“	„Ist ein Zustand (Benutzerfreundlichkeit) … lässt sich jedoch nicht mit Normen durchsetzen!!“
„Umfasst auch andere Emotionen“	„Umfasst nur Zufriedenheit“
„Ist das Sahnehäubchen auf einer guten Usability“	„Wirkt mittlerweile fast altbacken, zumindest im Cosumer Goods Bereich“
„Beschreibt das Erlebnis des Besuchers über den gesamten Prozess“	„Beschreibt die Nutzung mit dem Artefakt an sich“
„Betrachtet die Kontakt- und Interaktionsphasen insgesamt, vom ersten Kontakt über die Benutzung bis zum letzten Kontakt“	„Betrachtet die Gebrauchstauglichkeit / Benutzbarkeit eines Systems im Handlungsprozess“
„Ist die ganze Erfahrung mit dem Produkt (also das “WIE“)“	„Ist das ‚WAS‘ der Nutzer bedient“
„Geschieht“	„Kann ich aktiv gestalten“
„Nützt der Gestaltung und der Interaktion“	„Nützt dem Verständnis“
„Betont zusätzlich Joy of use“	„Steht für Ease of use“
„Ist häufig ein Modewort, das häufig synonym mit schickem visuellem Design verwendet wird“	„Wird in UX-lastigen Unternehmen/Abteilungen oft vernachlässigt“
„Kann gut oder schlecht sein“	„Enthält das Gütekriterium“
„Beinhaltet den Wert / Wertversprechen (für Nutzer), Emotionale Bindung / Wirkung“	„Wird heute erwartet. Effizienz und Effektivität sind verbrauchte Begriffe fürs Marketing, Zufriedenheit ist nicht mehr genug. Ein Produkt muss heute ‚geil‘ sein“
„… hedonische Qualität“	„… pragmatische Qualität“
„Führt nachweislich zu höherer Konversion, Digital Branding und Engagement“	„Ist nur eine Voraussetzung zur Nutzbarkeit“
„Klingt derzeit moderner“	„Klingt eher ein wenig verstaubt“

Tab. 3.
Äußerungen der Befragten zur Abgrenzung der Begriffe User Experience und Usability

7.3.
Verdienst

Unter den Selbstständigen machten 37 Personen Angaben zu ihrem üblichen Stundensatz, dieser liegt 2013 bei durchschnittlich 77€ (sd=19; min=40; max=120; med=80). 33 der Selbstständigen machten Angaben zu ihrem üblichen Tagessatz, dieser bewegt sich zwischen 300€ und 2.400€, der Durchschnittswert liegt bei 737€ (sd=375; med=640). Die durchschnittliche Auslastung der Selbstständigen liegt bei 152 Tagen pro Jahr (sd=77; min=20; max=340; med=152).

8.
Selbstverständnis

Wie in den Branchenreports der letzten Jahre bereits berichtet, wird der Usability-Begriff immer häufiger abgelöst durch den Begriff der User Experience. Diese Entwicklung hat die internationale UPA (Usability Professionals Association) bereits zu einer Namensänderung veranlasst, sie nennt sich seit 2012 nun UXPA (User Experience Professionals Association). Der Vorschlag einer entsprechenden Namensänderung für die German UPA wurde auf der Mitgliederversammlung 2012 kontrovers diskutiert. Hierbei wurde deutlich, dass unter den in der Usability- und User Experience-Branche Tätigen recht unterschiedliche Assoziationen zu den beiden Begriffen vorherrschen, und auch unterschiedliche Vorstellungen darüber bestehen, was die beiden Begriffe voneinander abgrenzt, bzw. ob es überhaupt einen inhaltlichen Unterschied zwischen den Begriffen gibt. Dies haben wir zum Anlass genommen, hierzu im Rahmen der Befragung zum diesjährigen Branchenreport ein breiteres Meinungsbild einzuholen. Für die überwältigende Mehrheit der Befragten (97%) besteht ein konzeptueller Unterschied zwischen Usability und User Experience, nur 12 der Befragten (3%) gaben an, die Begriffe synonym zu verwenden. Für eine nähere Spezifikation der Begriffe haben wir für eine Reihe (teils provokanter) Thesen, die im Rahmen besagter Mitgliederversammlung diskutiert wurden, den Grad an Zustimmung unter den Branchenreport-Teilnehmer erhoben. Es zeigte sich beispielsweise weitgehende Einigkeit darüber, dass Usability als ein Teilaspekt von User Experience betrachtet werden kann, hier konnten 80% zustimmen. Die Frage jedoch, ob sich Usability objektiver beurteilen lässt als User Experience spaltete die Gruppe in zwei Lager, nur 55% stimmten dieser Aussage zu. [Tab. 2]

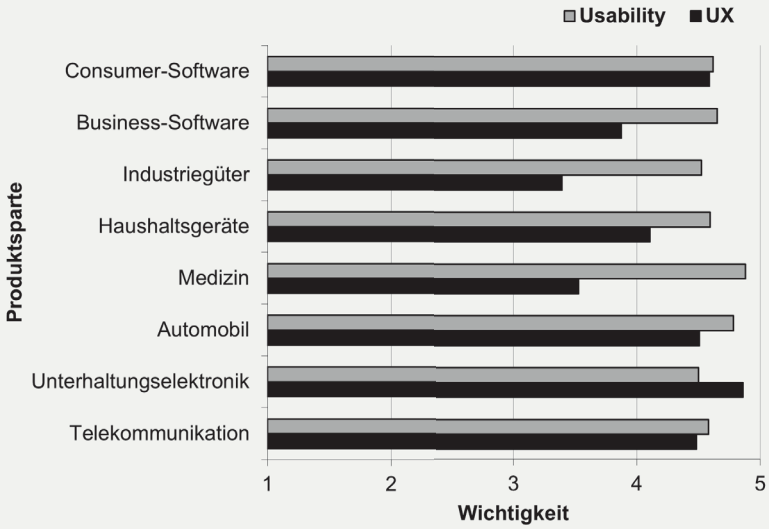

Abb. 9.
Einschätzungen zur Wichtigkeit von Usability und UX für verschiedene Produktsparten

Darüber hinaus konnten die Befragten eigene Begriffsdefinitionen oder ihrer Meinung nach zentrale Unterschiede zwischen Usability und User Experience aufführen. Hierbei betonten die Befragten verschiedene Perspektiven, wie beispielsweise die Relevanz für unterschiedliche Berufsgruppen („Usability ist für Entwickler wichtig, User Experience für Produktmanager") oder die unterschiedliche zeitliche Komponente („Usability beschreibt die Nutzung mit dem Artefakt an sich und UX beschreibt das Erlebnis des Besuchers über den gesamten Prozess. Also auch davor und danach. Denn was der User vorab schon über den Prozess weiß, das beeinflusst ihn auch bei der Nutzung."). Einige verwiesen hier allein auf bestehende Versuche einer Begriffsdefinition („Usability = Nutzungsqualität; User Experience = Nutzungserlebnis, DIN EN ISO 9241–210"), andere erklärten bestehende Definitionen als unzureichend („Es gibt noch keine zufriedenstellende, allgemein anerkannte Definition von User Experience"). Schließlich brachten auch einige der Befragten ihre Unzufriedenheit mit den bestehenden Begrifflichkeiten zum Ausdruck, wie beispielsweise „Beides verbrannte Worte, durch Leute die keinen blassen Schimmer haben und Reden aber nie Schaffen". Insgesamt weisen die Nennungen jedoch auf eine Reihe von Aspekten hin, die bei einer Abgrenzung der beiden Begriffe hilfreich sein können oder zumindest eine wertvolle Diskussionsgrundlage im Rahmen eines weiteren Austauschs innerhalb der Community sein können. Tabelle 3 gibt eine Übersicht über Nennungen der Befragten zu den beiden Begriffen. [Tab. 3]

Zudem variieren die Einschätzungen zur jeweiligen Relevanz (1=weniger wichtig, 5=sehr wichtig) von Usability und User Experience in Abhängigkeit von der Produktsparte. Bis auf den Bereich Consumer Software zeigten sich für alle abgefragten Domänen signifikante Unterschiede: Während im Bereich der Unterhaltungselektronik gute User Experience als wichtiger eingeschätzt wird als gute Usability, wird in den Bereichen Business-Software, Industriegüter, Haushaltsgeräte, Medizin, Automobil und Telekommunikation Usability der höhere Stellenwert eingeräumt. Abbildung 9 zeigt die Mittelwerte für die verschiedenen Produktsparten. [Abb. 9]

Rang	Unternehmen	Zahl der Nennungen
1	UID	155
2	SirValUse	95
3	Ergosign	59
4	eResult	47
5	Artop	40
6	Fraunhofer Institut	34
7	SAP	30
8	USEEDS°	17
9/10	eye square	16
9/10	usability.de	16

Tab. 4.
Bekannteste Unternehmen der UX/Usability-Branche

9.
Branche

9.1.
Herausforderungen und notwendige Änderungen

Welche Änderungen in der Branche die Teilnehmer für nötig erachten, um aktuelle Herausforderungen erfolgreicher bewältigen zu können, wurde dieses Jahr anhand vorgegebener Kategorien abgefragt, die anhand der häufigsten Nennungen zu der entsprechenden offenen Frage des letzten Jahres gebildet wurden. Von der Mehrzahl der Teilnehmer wird eine stärkere Einbettung von Usability und User Experience in die Entwicklungsprozesse gewünscht (94%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als dringende Notwendigkeit angeführt (70%). Jeweils 43% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards, 30% fordern eine stärkere Vernetzung der Community.

9.2.
Unternehmen der Branche

Für einen Überblick über die bekanntesten Unternehmen der Branche nannten die Teilnehmer die ihrer Meinung nach drei bekanntesten Unternehmen im deutschsprachigen Raum, die sich mit „Usability" bzw. „User Experience" beschäftigen. Spitzenreiter ist hier wie auch in den Vorjahren UID, gefolgt von SirValUse und Ergosign. Tabelle 4 gibt einen Überblick über die bekanntesten Unternehmen der Branche sowie die jeweilige Zahl der Nennungen. **[Tab. 4]**