

Branchenreport UX/Usability 2016

Ergebnisse der jährlichen Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

Stefan Tretter¹, Sarah Diefenbach¹, Daniel Ullrich², Nina Gerber³

Department Psychologie, LMU München¹

Institut für Informatik, LMU München²

Institut für Psychologie, TU Darmstadt³

Zusammenfassung

Seit über zehn Jahren bietet die German UPA (Berufsverband für UX und Usability, www.germanupa.de) mit dem Branchenreport einen regelmäßigen Überblick der Situation von User Experience (UX) und Usability Professionals in Deutschland. 2016 haben sich 372 Personen an der Befragung beteiligt und liefern damit eine umfangreiche Informationsbasis zu Aus- und Weiterbildung, Arbeitsfeldern und Aufgabenbereichen, Verdienstmöglichkeiten, aktuellen Trends und Herausforderungen sowie den bekanntesten Unternehmen. Neben Zahlen und Fakten liefern zusätzlich subjektive Einschätzungen eine umfassende Beschreibung der Situation von Angestellten und Selbstständigen und vermitteln ein Stimmungsbild der Branche. Hinzu kommen ausgewählte, längsschnittliche Vergleiche, um die derzeitige Situation einzuordnen und bisherige Entwicklungen aufzuzeigen.

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

Veröffentlicht durch die Gesellschaft für Informatik e.V. und die German UPA e.V. 2016 in S. Hess & H. Fischer (Hrsg.): Mensch und Computer 2016 – Usability Professionals, 4. - 7. September 2016, Aachen.

Copyright (C) 2016 bei den Autoren.

<http://dx.doi.org/10.18420/muc2016-up-0044>

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. 372 Teilnehmer machten Angaben zu einem Großteil der Fragen und bilden die Basis für die im Folgenden vorgestellten Analysen. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu vergleichbaren Teilen aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern (44%) und Teilnehmern, die bereits im Vorjahr teilgenommen hatten (56%). *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.

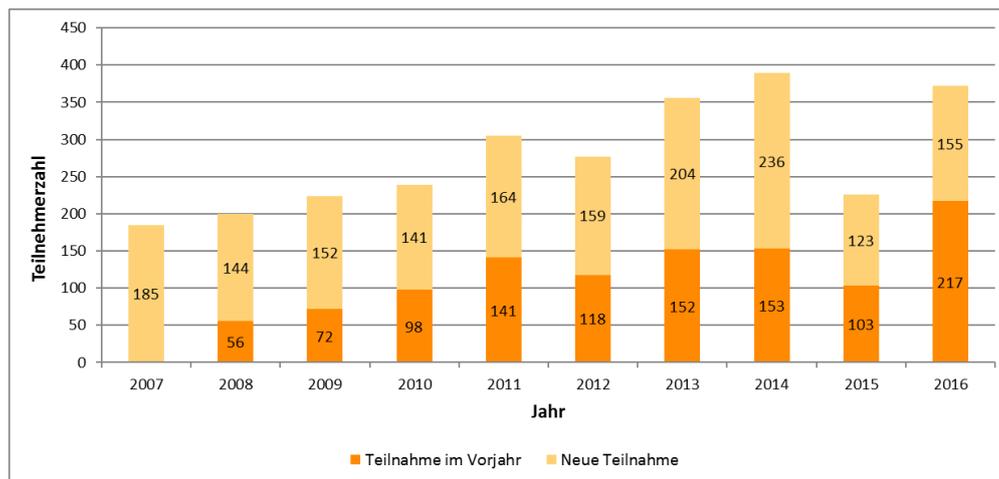


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

2 Demografie

59% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich, 41% weiblich. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 34 Jahren ($sd=7,1$; $min=22$; $max=69$). Die Mehrzahl der Teilnehmer arbeitet in Bayern (21%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (17%), Berlin (15%), Baden-Württemberg (14%), Saarland (8%) und Hamburg (7%). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf

unter 6%. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 7 Jahren ($sd=5,2$; $min=0$; $max=30$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 7,5 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 5,5 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 35 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 2% bis 100%. Der Median liegt bei 80% (Mittelwert $m=71$; $sd=30,5$).

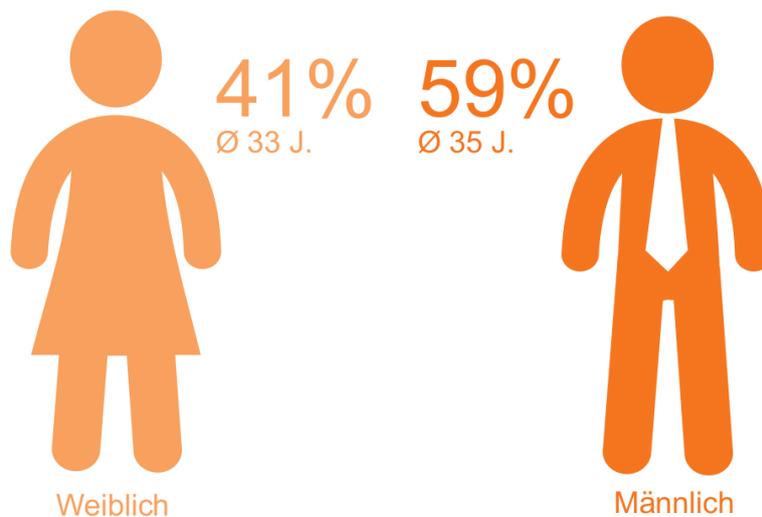


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis in der UX/Usability-Branche

3 Aus- und Weiterbildung

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad wie in den vergangenen Jahren mit 36% noch das klassische Diplom. 23% verfügen über einen Bachelor-Abschluss, 20% über einen Master-Abschluss und 4% über einen Magister-Abschluss. 5% der Teilnehmer haben promoviert (*Abbildung 3*).

Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre, *Abbildung 4* zeigt die meist vertretenen Studienfächer und Ausbildungsberufe (Mehrfachnennungen möglich). Der einzig vertretene Ausbildungsberuf mit mehr als 2% Nennungen ist die Ausbildung zum/zur Mediengestalter/in.

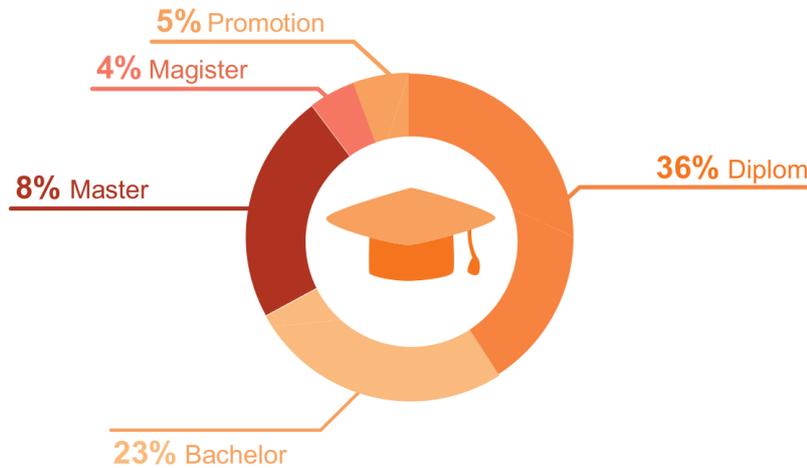


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schlossen diese in knapp der Hälfte der Fälle (47%) mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (67 Personen) ab. Weitere Titel waren „Usability Engineer“ (30 Personen), „Usability Consultant“ (26 Personen) und „UX & Usability Expert“ (9 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das artop Institut Berlin (30 Personen), das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 28 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (26 Personen).

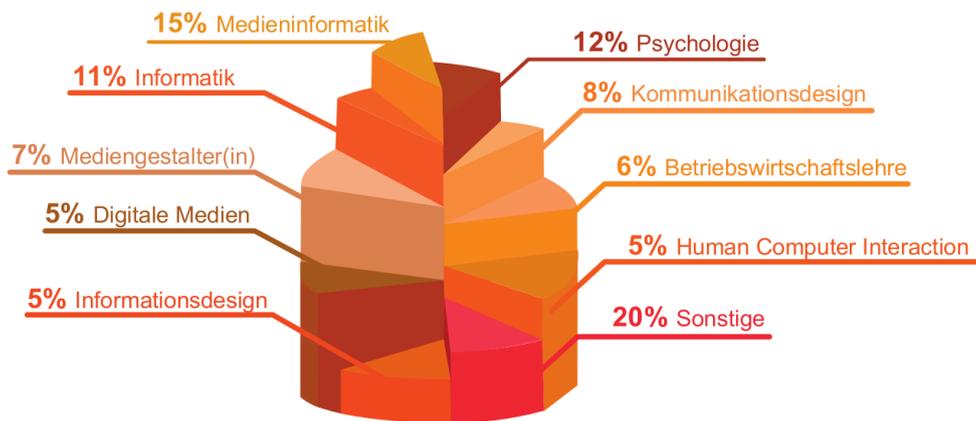


Abbildung 4: Häufigste Studienfächer und Ausbildungsberufe

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 5*). Auf die offene Frage nach weiteren besonderen Empfehlungen für UX/Usability-Wissen wurden zusätzlich genannt: Die Usability Professionals/Mensch und Computer Konferenz, der Austausch mit Kunden, Erfahrungen in der Lehre, die Veranstaltungen Gamification World, Humitec Barcamp, Product Camp Berlin und UX Camp Europe sowie themenspezifische Workshops.



Abbildung 5: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

4 Tätigkeitsbereich 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 (39%), e-Commerce (31%), Finanzdienstleistung (22%), Automobil (21%), Medizin und Pflege (16%), Unterhaltung und Spiele, Elektronik, sowie Hochschule und Lehre (jeweils 10%). Seltener Beispiele sind Touristik, Bauen und Wohnen, Ambient Assisted Living oder Bahn/ÖPNV.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business (67%) und Business-to-Consumer-Bereich (66%) waren hier gleichermaßen vertreten, 33% nannten interne Kunden/Mitarbeiter als Zielgruppe. Die Projekte umfassen außerdem verschiedene Endgeräte: 69% der Befragten berichten Projekterfahrung mit Tablet-Anwendungen, 78% generell für Mobile Devices, Spitzenreiter sind mit 89% klassische Desktop-Anwendungen. Seltener genannt wurden hingegen Industriepanels, Straßenlaternen, SmartTV, VR Brillen oder Roboter. Die meist genannten Aufgabenschwerpunkte sind UX Design (65%), Beratung/Stakeholder Management (58%), Prototypen-Entwicklung (53%) und Information Architecture (51%). Etwas weniger stark vertreten sind hingegen die Aufgabenschwerpunkte Evaluation (40%), Requirements Engineering (40%), Usability Engineering (40%), Usability Testing (35%) und User Research (33%). 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 Ausbildung, Publikation und Projektmanagement 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 Transfer von Konzept zu Entwicklung ($m=3,4$; $sd=1,1$), Transfer von Konzept zu Kunde ($m=3,3$; $sd=1,1$), UAT/Qualitätssicherung ($m=3,3$; $sd=1,1$) sowie Analyse/User Research ($m=3,2$; $sd=1,2$). Weniger Probleme treten typischerweise auf hinsichtlich der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten ($m=2,7$; $sd=1,1$), des Transfers von Konzept zu Design ($m=2,6$; $sd=1,1$) sowie hinsichtlich der Persona Entwicklung ($m=2,5$; $sd=1,2$). Beispiele weiterer genannter Herausforderungen in UX/Usability-Projekten sind: die Priorisierung von Use Cases, Einbeziehung des Kunden in die agile Entwicklung, Budget für User Research akquirieren, die Rechtfertigung von Maßnahmen bei schwer messbaren Erfolgskriterien, interne Dokumentation und Wissensmanagement in Projekten sowie dem Endkunden gegenüber definieren was UX überhaupt ist.

Trotz mancherlei Herausforderung scheinen die Befragten jedoch mit ihrem Weg in die UX-Branche zufrieden – zumindest schätzen sie ihre Tätigkeit im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern ehemaliger Studien-/Ausbildungskollegen insgesamt sehr positiv ein: Gehalt, Weiterentwicklungsmöglichkeiten, Spaß an der Arbeit, Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit sowie Vielfalt/Abwechslung schätzen die Befragten im Vergleich zu alternativen Tätigkeitsfeldern als höher ein (5er-Skala, 1=gering, 5=hoch). Die Werte liegen allesamt signifikant über dem Skalenmittelpunkt. Ebenfalls signifikant über dem Skalenmittelpunkt liegt allerdings auch der Wert für den Aspekt Stress/Zeitdruck ($m=3,4$; $sd=1,0$) – beruhigend allerdings, dass der Wert für Spaß an der Arbeit nochmals signifikant höher liegt ($m=4,0$; $sd=0,9$). Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert ($m=55\%$; $sd=21$; $min=5\%$; $max=100\%$), was auch der Schätzung vom Vorjahr (2015: 54%) entspricht.

5 Momentane Arbeitssituation

Im Laufe der Befragung wurden die Teilnehmer gemäß ihrem derzeitigen Arbeitsverhältnis aufgeteilt, um differenziertere Aussagen über die momentane Arbeitssituation treffen zu können. 13% der befragten UX/Usability Professionals sind selbstständig als Freelancer oder Arbeitgeber tätig, 87% befinden sich derzeit in einem Angestelltenverhältnis. Damit liegt diese Quote sehr nah an der Zusammensetzung im letzten Jahr (12% vs. 88%). Im Folgenden sind Kennwerte und Analysen zur Situation beider Personengruppen getrennt aufgeführt.



Abbildung 6: Verhältnis von Angestellten und Selbstständigen in der UX/Usability-Branche

5.1 Situation der Selbstständigen

In diesem Jahr haben sich 47 Unternehmensinhaber an der Befragung zum Branchenreport beteiligt. Die vorgegebenen Kategorien sind auf die meistgegebenen Antworten der letzten Jahre zurückzuführen. Unter den Selbstständigen bezeichnen sich 16 Personen als „Freelancer“, während weitere 9 Personen ihr Unternehmen als „Consulting“ bzw. 6 Personen als „Beratung“ beschreiben. Weitere 6 Personen betreiben eine „Agentur“, 5 Personen bezeichnen ihr Unternehmen als „Designstudio/-büro“ und 3 Personen betreiben ein

„Entwicklungsunternehmen“ als Soft- und/oder Hardwarehersteller. Eine Person bezeichnet ihr Unternehmen als „Labor für Systementwicklung und Tests“, während sich eine weitere mit der „Konzeption und UX von digitalen Medien“ beschäftigt. Die Unternehmensgründung liegt im Schnitt 7 Jahre zurück, was sich mit den durchschnittlich 6 Jahren Unternehmensexistenz deckt, die sich im vergangenen Jahr ergaben. Allerdings sind auch Inhaber ganz frisch gegründeter Unternehmen vertreten ($sd=5,6$; $min=0$; $max=21$). 30% der Selbstständigen arbeiten allein, wo hingegen über zwei Drittel als Arbeitgeber auftreten. Im Großteil der Fälle (37%) beläuft sich die Zahl allerdings auf nur einen Angestellten. Der Anteil von Selbstständigen mit zwei bis fünf Mitarbeitern liegt in diesem Jahr bei 21%, hinzukommen jeweils eine Person mit 8, 10, 18, 29 und 50 Mitarbeitern, die zusammen die restlichen 12% der Stichprobe ausmachen. Im Durchschnitt brauchen die Unternehmensinhaber 3,9 Monate ($sd=4,4$; $min=0$; $max=18$) bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 7). Als häufigste Schwierigkeiten bei der Suche nach einem passenden Bewerber werden erneut fehlendes Fachwissen im Bereich UX/Usability (28%) und mangelnde Berufserfahrung (21%) genannt. Dahinter folgt die grundsätzliche Problemlage, dass sich insgesamt zu wenig Interessenten auf eine Stelle melden (15%). Im Vergleich zum Vorjahr haben hier überhöhte Gehaltsvorstellungen (13%) der Bewerber deutlich nachgelassen (27% im Vorjahr) und sind damit nur noch gleichauf mit fehlender Expertise bezüglich spezifischer Programme und Tools (13%). Mit zu den weniger häufig auftretenden Schwierigkeiten bei der Personalsuche gehören mangelnde Soft-Skills der Bewerber (11%). Weitere, einmalig genannte Probleme sind beispielsweise die Tatsache, dass die Fähigkeiten der Bewerber zu spezifisch sind, oder dass sie wenig Eigeninitiative an den Tag legen und eine selbstständige Grundhaltung vermissen lassen.

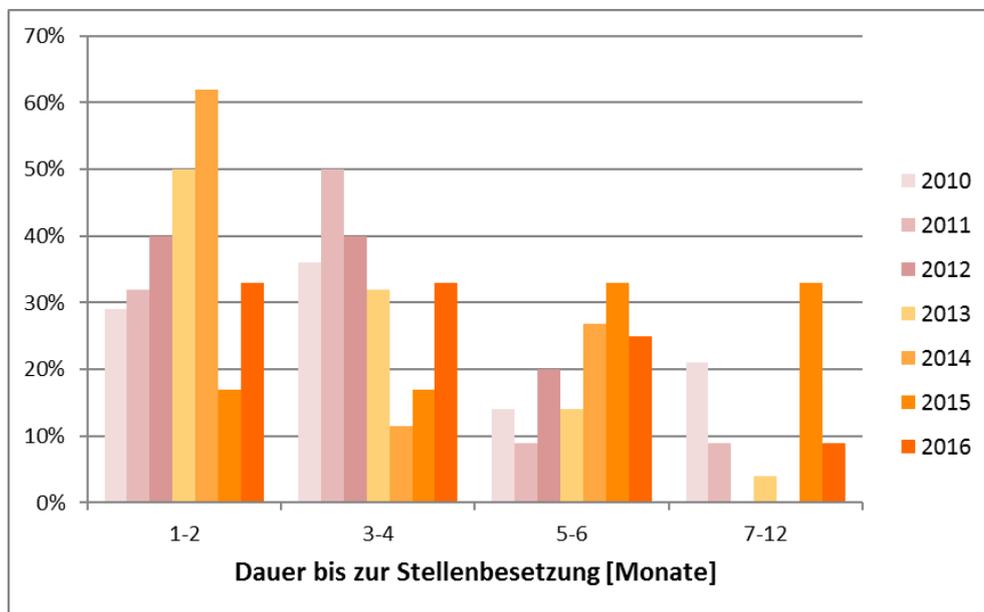


Abbildung 7: Dauer bis zur Stellenbesetzung in der UX/Usability-Branche von 2010 bis 2016

Die nach wie vor größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens liegt laut den selbstständigen Teilnehmern darin, potentiellen Auftraggebern die Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen zu vermitteln – hier stimmen 55% zu. In Einklang damit stufen beinahe gleiche viele Unternehmer die Erhöhung der Investitionsbereitschaft des Auftraggebers als herausfordernd ein (53%). Ungefähr gleich auf, mit der Zustimmung von etwa einem Drittel der Selbstständigen, sind die Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. die Abgrenzung von „unseriösen“ Konkurrenten (34%) und die Balance zwischen User Goals und Business Goals (34%) einzuordnen, sowie die Kontaktaufnahme zu potentiellen Auftraggebern (36%), welche noch im Vorjahr mit 54% am zweithäufigsten genannt wurde. Weitere, weniger präzente Herausforderungen stellen die Realisierung der Konzept- und Umsetzungsvorschläge (15%) und die Suche nach Anerkennung bei Entwicklern (9%) dar. Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 4,1 (sd=0,9), also als eher zufriedenstellend. Damit deckt sich die Bewertung des vergangenen Jahres mit den Erwartungen in Bezug auf die Auftragslage im aktuellen Jahr (m=4,1; sd=0,9).

5.2 Situation der Angestellten

Bemerkenswert ist erneut die Diversität in den Berufsbezeichnungen der Angestellten (*Abbildung 8*). Die in diesem Jahr mit Abstand am häufigsten genannte Berufsbezeichnung ist der „User Experience Designer“ mit knapp einem Viertel der Antworten (23%).

Rangplatz Häufigkeit	2007	2008-2010	2011-2014	2015	2016
1.	Usability Consultant	Information Architect	Usability Engineer	Usability Engineer	User Experience Designer
2.	User Interface Designer	User Interface Designer	User Experience Consultant	User Experience Consultant	Usability Engineer
3.	User Interface Design Specialist	Usability Engineer	User Interface Designer	User Experience Designer	User Experience Consultant
4.	Usability Engineer	Konzepter	User Experience Designer	User Interface Designer	Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in
5.	Consultant	User Experience Consultant	Usability Consultant	Product manager	User Interface Designer
6.	Usability Consultant	Information Architect	Usability Engineer	Usability Engineer	User Experience Architect

Abbildung 8: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre

Erst dahinter folgen die anderen drei häufigsten Antworten des Vorjahres mit den Jobtiteln „Usability Engineer“ (7%), „User Experience Consultant“ (7%) und „User Interface Designer“ (5%). Hinzu kommt noch die Stelle der wissenschaftlichen Mitarbeiter mit 6%. Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 95 der 325 Teilnehmer die Möglichkeit, einen alternativen Jobtitel anzugeben, darunter z.B. „UX Manager“ und „Head of UX“. Zusätzlich fällt in der Gesamtbetrachtung auf, wie über die Jahre der Bestandteil „Usability“ in den Berufsbezeichnungen der „User Experience“ gewichen ist.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 4,0 Jahren ($sd=4,1$; $min=0$; $max=36$; $med=3$) angestellt. Mit 26% befindet sich über ein Viertel der befragten Angestellten in einer Führungsrolle, wobei die Übertragung von Personalverantwortung mit einem höheren Bruttojahresgehalt einhergeht ($r=.23$). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 5 bis zu 400.000 Beschäftigten ($med=100$; $m=12.514$; $sd=55.494$). Wie *Abbildung 9* zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 27% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei nur 8% der dort Angestellten sich mit UX/Usability beschäftigt. Dieser Anteil ist am größten in Unternehmen mit 51 - 100 Mitarbeitern, von denen sich durchschnittlich die Hälfte der Angestellten (51%) damit beschäftigen. Im Vorjahr traf dies noch auf die Unternehmen der zweiten Kategorie (16-50 Mitarbeiter) zu, deren Anteil UX/Usability Beschäftigter (40%) sich aber vergleichsweise stabil zeigt (damals 38%). Insgesamt beschäftigt sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen ein Viertel der Belegschaft mit dem Bereich UX/Usability ($m=25,3\%$; $sd = 28,3\%$), wobei die eine Hälfte (51%) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessert, während die andere mit Produkten von Auftraggebern arbeitet (48%).

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX / Usability Professionals
1-15	8%	29%
16-50	22%	40%
51-100	20%	51%
101-1.000	27%	8%
1.001-10.000	14%	7%
>10.000	9%	8%

Abbildung 9: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße

Die große Mehrheit der Angestellten (95%) besitzt derzeit eine Vollzeitstelle. Allerdings geben gleichzeitig 29% der Teilnehmer an, dass sie ihre Stelle gerne reduzieren würden, womit der Anteil im vergangenen Jahr um 11% gestiegen ist. Der gewünschte Stellenumfang bei Personen, die angaben, weniger arbeiten zu wollen, liegt genau wie im Vorjahr bei durchschnittlich 79% ($sd=8,4$; $min=50$; $max=95$) – sozusagen eine Vier-Tage-Woche. Die Diskrepanz zwischen dem mit 5% niedrigen Anteil an Teilzeitstellen und dem Wunsch nach Reduktion bei einem beachtlichen Teil der Befragten kann wohl auf die wahrgenommene Unterstützung des Arbeitgebers für derartige Teilzeitmodelle zurückgeführt werden.

Diejenigen Teilnehmer, die sich eine Reduktion wünschen, nehmen signifikant weniger Unterstützung für Teilzeitmodelle durch ihren Arbeitgeber wahr ($m_1=3,4$; $sd_1=1,2$; $m_2=4,0$; $sd_2=1,0$) als diejenigen, die mit dem Umfang ihrer Stelle zufrieden sind. Hier wäre eventuell ein offenerer Umgang mit diesem Konzept von Seiten des Arbeitgebers wünschenswert, um dem offensichtlichen Bedarf nachzukommen.

65% der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber gemessen an einer 5-stufigen Skala (1=sehr unzufrieden; 5=sehr zufrieden) eher oder sogar sehr zufrieden, 14% sind eher oder sehr unzufrieden, 21% beantworteten die Frage neutral. *Abbildung 10* zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

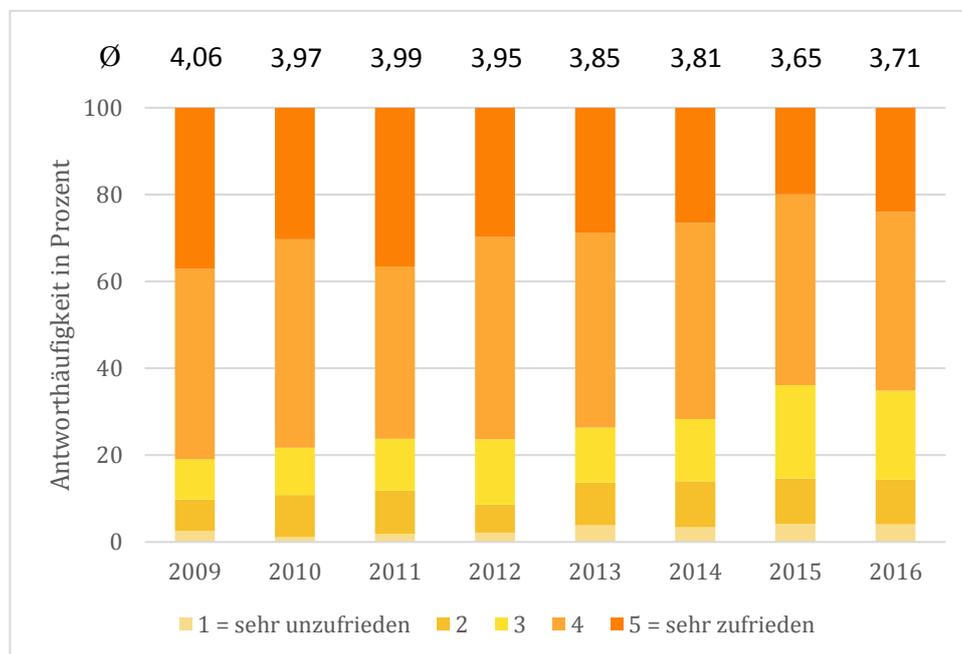


Abbildung 10: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

6 Verdienst

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 52.692€ ($sd=15.436$; $min=22.000$; $max=90.000$; 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 3.194€ ($sd=2.935$) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.500€. Wichtigster Gehaltsprädiktor ist die Berufserfahrung im Bereich UX/Usability ($r=.57$).

Tendenziell höhere Gehälter finden sich außerdem in größeren Unternehmen ($r=.26$) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in Beratung/Stakeholder Management ($r=.27$), Usability Engineering ($r=.22$) und Requirements Engineering ($r=.14$). Auch UX/Usability Professionals, die schon länger bei Ihrem jeweiligen Unternehmen tätig sind, weisen in der Regel ein höheres Gehalt auf ($r=.27$). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche Zusammenhänge von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 76€ ($sd=28$; $min=16$; $max=123$), der mittlere Tagessatz bei 673€ ($sd=126$; $min=500$; $max=980$) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 157 Tagen pro Jahr ($sd=57$; $min=30$; $max=250$). Hochgerechnet auf das ganze Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 85.424€ ($sd=34.393$; $min=6.000$; $max=176.400$).

7 Aktuelle Trends, Herausforderungen und Potenziale

Die Frage nach besonders begeisternden Entwicklungen und Trends im Bereich interaktive Produkte und Interaktionstechniken wurde analog zum letzten Jahr am häufigsten mit „Virtual Reality“ beantwortet. Weitere häufig genannte Produkte und Techniken sind Material Design, Augmented Reality (insbesondere Microsoft HoloLens), Smartwatches (insbesondere die Apple Watch), Fitness Gadgets, Artificial Intelligence, Internet of Things, Wearables, Micro Interactions und Responsive Design.

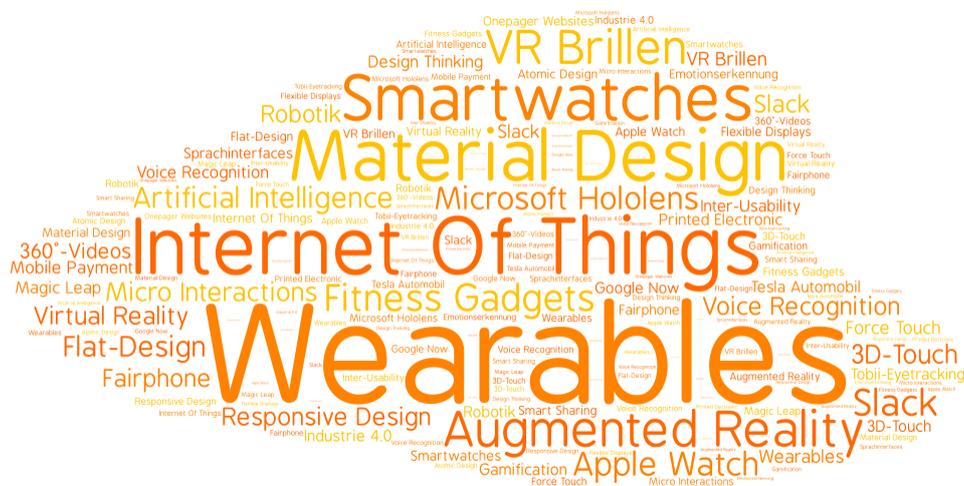


Abbildung 11: Das begeistert UX/Usability Professionals 2016

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmern als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends. Am häufigsten werden hier Smartwatches (insb.

Apple Watch) genannt, gefolgt von Virtual Reality, Flat Design, Fitness Gadgets, Wearables, „Design Thinking“ als Schlagwort, Material Design, Kachel Design, One Page Webseiten und Parallax Scrolling. Weiterhin als nervig empfunden werden Augmented Reality, Responsive Design als „Allheilmittel“, Webseiten im Einheitslook durch Verwendung von Single Page HTML5 Standard-Templates und Apple/iOS als „Best practice“-Beispiel für gute UX/Usability.

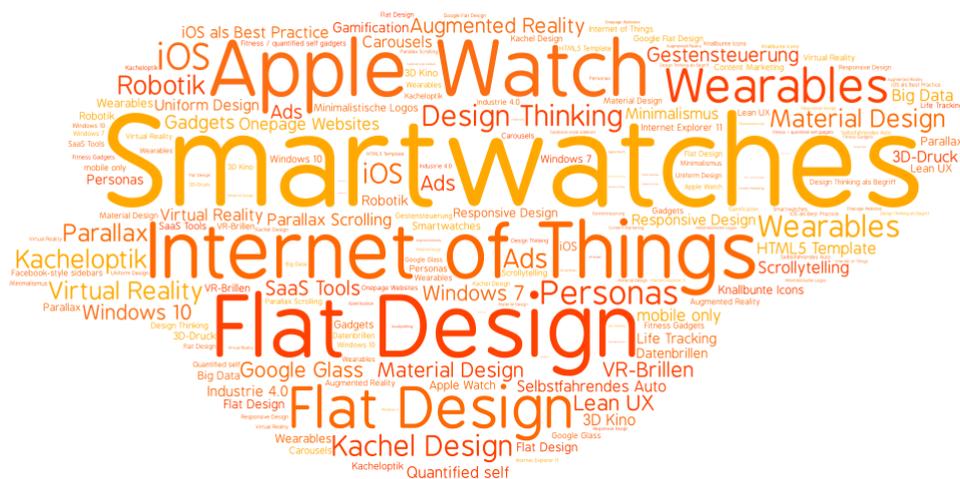


Abbildung 12: Das nervt UX/Usability Professionals 2016

Einige Teilnehmer sehen jedoch auch noch zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential in den Bereichen Augmented und Virtual Reality; diese beiden Anwendungen werden hier am häufigsten genannt. Weiteres Potential liegt für die Teilnehmer in der systematischen Analyse von (End)nutzeranforderungen, dem Internet of Things sowie der Anwendung von Usability und User Experience im Industrie- und Produktionsbereich. Wie im letzten Jahr werden auch der B2B-Bereich und insbesondere Medizintechnik als zukunftsträchtiges Feld für UX/Usability Professionals genannt, ebenso wie Personalisierung und Barrierefreiheit von Anwendungen und ein in höherem Maße interdisziplinäres Vorgehen bei der Gestaltung und Evaluation von Produkten und Interaktionstechniken.

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 (78%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als wünschenswerte Änderungen angeführt (59%). Jeweils 30% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards, 26% fordern eine stärkere Vernetzung der Community.

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 (141), Ergosign (71), eResult (57), Centigrade (37), Artop (31), Fraunhofer (30), GfK SirValUse (26), Bosch (18), SAP (18), USEEDS (18), DATEV (11) und usability.de (11). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Befragten genannt.

Danksagung

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

Autoren



Tretter, Stefan

Stefan Tretter studierte Wirtschafts-, Organisations- und Sozialpsychologie an der LMU München, wo er seit Oktober 2015 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wirtschafts- und Organisationspsychologie tätig ist. Derzeit beschäftigt er sich im Rahmen eines BMBF-geförderten Verbundvorhabens mit der Verbesserung der Kundenkommunikation und Kundenbeziehungen von KMU durch interaktive Produkte. Seine Forschungsinteressen liegen im Bereich der Markt- und Konsumentenpsychologie, vor allem im 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-Interaction.



Gerber, Nina

Nina Gerber (geb. Kolb) studierte Psychologie an der Technischen Universität Darmstadt. Seit Anfang 2015 ist sie dort am Institut für Psychologie als wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Forschungsgruppe für Arbeits- und Ingenieurpsychologie tätig. Ihre Forschungsinteressen liegen hauptsächlich im Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion. In mehreren Kooperationsprojekten mit dem Fachbereich Informatik beschäftigt sie sich aktuell damit, wie Nutzer im Technikkontext mit privatsphäre-kritischen Daten umgehen

