

# Branchenreport UX/Usability 2017

Stefan Tretter<sup>1</sup>, Sarah Diefenbach<sup>1</sup>, Daniel Ullrich<sup>2</sup>, Nina Gerber<sup>3</sup>

Department Psychologie, LMU München<sup>1</sup>

Institut für Informatik, LMU München<sup>2</sup>

Institut für Psychologie, TU Darmstadt<sup>3</sup>

## Zusammenfassung

Mit dem diesjährigen Branchenreport UX/Usability dokumentiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals, [www.germanupa.de](http://www.germanupa.de)) die Situation von Usability und User Experience Professionals in Deutschland. 2017 haben sich 420 Personen an der Befragung beteiligt und liefern damit eine umfangreiche Informationsbasis zu u.a. Ausbildungs- und Karrierewegen, Arbeitsfeldern und Aufgabenbereichen, Verdienstmöglichkeiten, unternehmerischen Aspekten, sowie aktuellen Trends und Potentialen. 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](http://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.

Veröffentlicht durch die Gesellschaft für Informatik e. V. und die German UPA e. V. 2017 in  
S. Hess, H. Fischer (Hrsg.):  
Mensch und Computer 2017 – Usability Professionals, 10.–13. September 2017, Regensburg.  
Copyright (C) 2017 bei den Autoren. <https://doi.org/10.18420/muc2017-up-0207>

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. 420 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 im Vorjahr 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.

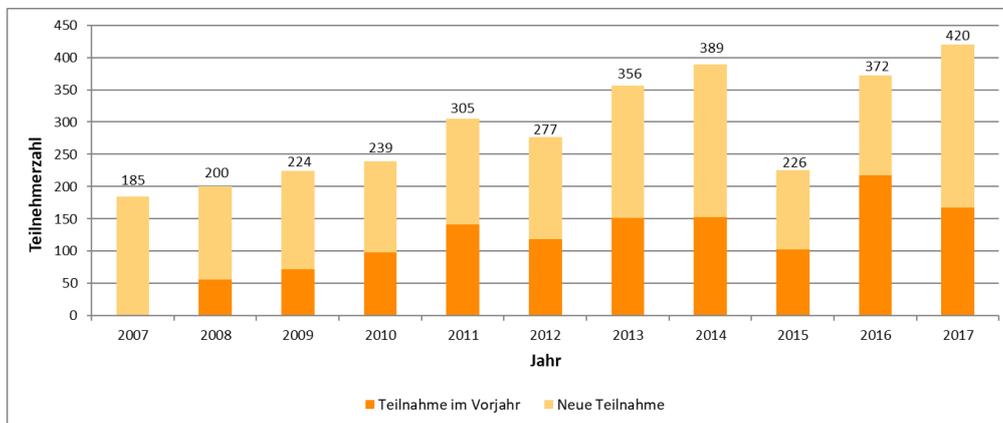


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

## 2 Demografie

56% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich, 44% weiblich, was den langjährigen Trend zu einer ausgeglichenen Verteilung zwischen den Geschlechtern fortsetzt. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 36 Jahren ( $sd=7,7$ ;  $min=23$ ;  $max=64$ ). Die Mehrzahl der Teilnehmer arbeitet in Bayern (24%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (17%), Baden-Württemberg (17%), Berlin (12%), Hamburg (9%) und Hessen (6%). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 4%. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 8 Jahren ( $sd=5,8$ ;  $min=0$ ;  $max=30$ ) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 8,9 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 6,4 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 37 Jahren signifikant älter als Frauen mit 34 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  $m=73$ ;  $sd=28,9$ ).

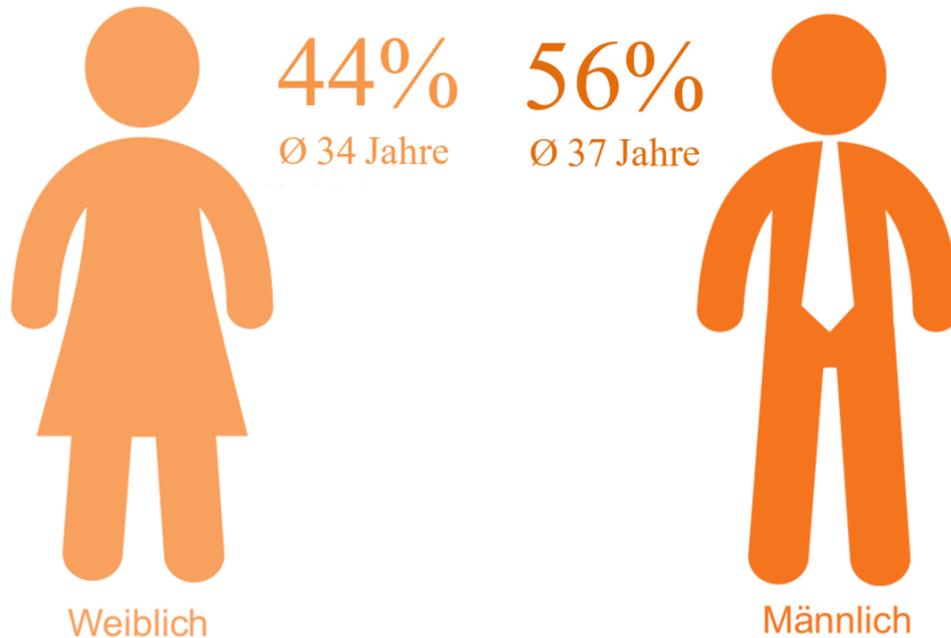


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis in der UX/Usability-Branche

### 3 Aus- und Weiterbildung

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad wie in den vergangenen Jahren mit 40% das klassische Diplom. 19% verfügen über einen Bachelor-Abschluss, 26% über einen Master-Abschluss und 7% über einen Magister-Abschluss. 5% 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 (17%), Medieninformatik (12%) und Informatik (11%). Ganze 23% 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.

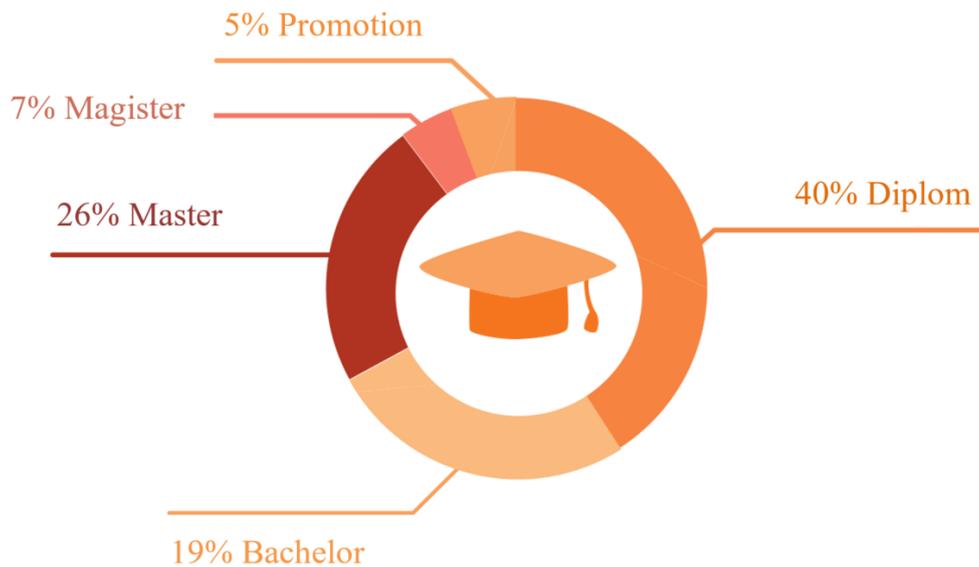


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schlossen diese in zwei Dritteln der Fälle (67%) mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (110 Personen) ab. Weitere Titel waren „Usability Engineer“ (29 Personen), „UX & Usability Expert“ (20 Personen) und „Usability Consultant“ (15 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 42 Personen), das artop Institut Berlin (26 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (19 Personen).



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

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, German UPA Summer- und Winterschool, Barcamps, Podcasts, UX-Stammtische sowie Tätigkeiten als Gutachter.

## 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 (38%), e-Commerce (29%), Automobil (27%), Finanzdienstleistung (21%), Medizin und Pflege (16%), Elektronik (12%), Hochschule und Lehre (11%) sowie Unterhaltung und Spiele (5%). Seltener Beispiele sind Verlagswesen, Versicherungswesen, Luftfahrt, Energiegewinnung oder Bildung.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business (68%) und Business-to-Consumer-Bereich (68%) waren hier gleichermaßen vertreten, 39% nannten interne Kunden/Mitarbeiter als Zielgruppe. Die Projekte umfassen außerdem verschiedene Endgeräte: Spitzenreiter sind mit 84% klassische Desktop-Anwendungen. 68% der Befragten berichten Projekterfahrung mit Tablet-Anwendungen, 73% mit Mobile Devices. 13% nennen den Automobilbereich, 7% Haushaltsgeräte. Seltener genannt wurden hingegen SmartTV, Musikinstrumente, Gartengeräte, Flugzeugsysteme, VR Brillen oder Roboter.

Die meist genannten Aufgabenschwerpunkte sind Beratung/Stakeholder Management (64%), UX Design (63%), Prototypen-Entwicklung (50%), Evaluation (42%), Information Architecture (40%) und Requirements Engineering (39%). Etwas weniger stark vertreten sind hingegen die Aufgabenschwerpunkte Usability Engineering (36%), Usability Testing (34%), User Research (34%) und grafische Gestaltung (32%). 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 Inhouse Schulungen, Design Thinking 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 Qualitätssicherung (m=3,5), Transfer von Konzept zu Entwicklung (m=3,3), Transfer von Konzept zu Kunde (m=3,3) sowie Analyse/User Research (m=3,3). Weniger Probleme treten typischerweise auf hinsichtlich der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten (m=2,7), des Transfers von Konzept zu Design (m=2,6) sowie hinsichtlich der Persona Entwicklung (m=2,6). Beispiele weiterer genannter Herausforderungen in UX/Usability-Projekten sind: „Erhobene Kundenanforderungen gegen Common Sense Entscheidungen durchzusetzen“, „Überzeugung von Stakeholdern und Kunden zum Thema Aufwände für UX“, „Priorisierung von UX-Themen gegen Features“ oder schlicht „zu geringes Budget“.

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=4,1), Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit (m=4,1) sowie Spaß an der Arbeit (m=4,0). Etwas geringer fällt der Vorsprung hinsichtlich der Aspekte Weiterentwicklungsmöglichkeiten (m=3,5), Stress/Zeitdruck (m=3,4) und Gehalt (3,3) aus.

Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert (m=56%; sd=23; min=0%; max=100%).

## 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. 17% der befragten UX/Usability Professionals sind selbstständig als Freelancer oder Arbeitgeber tätig, 82% befinden sich derzeit in einem Angestelltenverhältnis (2016: 13% vs. 87%). Im Folgenden sind Kennwerte und Analysen zur Situation beider Personengruppen getrennt aufgeführt.

## 5.1 Situation der Selbstständigen

In diesem Jahr haben sich 61 Unternehmensinhaber an der Befragung zum Branchenreport beteiligt. Die vorgegebenen Kategorien sind auf die meistgegebenen Antworten der letzten Jahre zurückzuführen. Unter den Selbstständigen bezeichnen sich 33 Personen als „Freelancer“, während jeweils 9 Personen ihr Unternehmen als „Beratung“ bzw. „Agentur“ beschreiben. 5 Personen betreiben ein „Designstudio/-büro“, während je 2 Personen ein „Entwicklungsunternehmen (Software- und/oder Hardwarehersteller)“ betreiben bzw. im „Consulting“ arbeiten. Eine Person bezeichnet ihr Unternehmen als Mischform aus „Beratung und Designstudio“. Die Unternehmensgründung liegt im Schnitt 8,5 Jahre zurück, was sich mit der mittleren Unternehmensexistenz von 7 Jahren in 2016 deckt. Allerdings sind auch Inhaber ganz frisch gegründeter Unternehmen vertreten ( $sd=6,5$ ;  $min=0$ ;  $max=25$ ). 20% (2016: 30%) der Selbstständigen arbeiten allein, in beinahe der Hälfte der Fälle (48%) besteht die Belegschaft aus einem Angestellten (2016: 37%). Der Anteil von Selbstständigen mit mehr als einem aber weniger als 10 Mitarbeitern liegt bei 16%, 10 bis 20 Angestellte haben 8% der befragten Inhaber. Hinzu kommt jeweils ein Unternehmen mit 24, 31, 35 und 100 Mitarbeitern, die zusammen wiederum 8% der Stichprobe ausmachen. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 4,4 Monate ( $sd=4,0$ ) bis sie eine offene Stelle besetzen können (*Abbildung 5*), wobei die Angaben hier stark variieren ( $min=0$ ;  $max=18$ ). Als häufigste Schwierigkeiten bei der Suche nach einem passenden Bewerber werden erneut fehlendes Fachwissen im Bereich UX/Usability (45%) und mangelnde Berufserfahrung (40%) genannt. Dahinter folgen gleichauf die Probleme, dass es insgesamt zu wenig Bewerber für ausgeschriebene Stellen gibt bzw. deren mangelnde Soft-Skills (je 35%). Hinzu kommen überhöhte Gehaltsvorstellungen der Bewerber (30%). Zu den weniger häufig auftretenden Schwierigkeiten bei der Personalsuche gehört die mangelnde Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools (10%). Genannte Wege zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem Beziehungen, aber auch Initiativbewerbungen. Weitere Beispiele sind die direkte Ansprache auf Veranstaltungen, Ausschreibungen auf Websites und Blogs, sowie die direkte Ausbildung im Unternehmen.

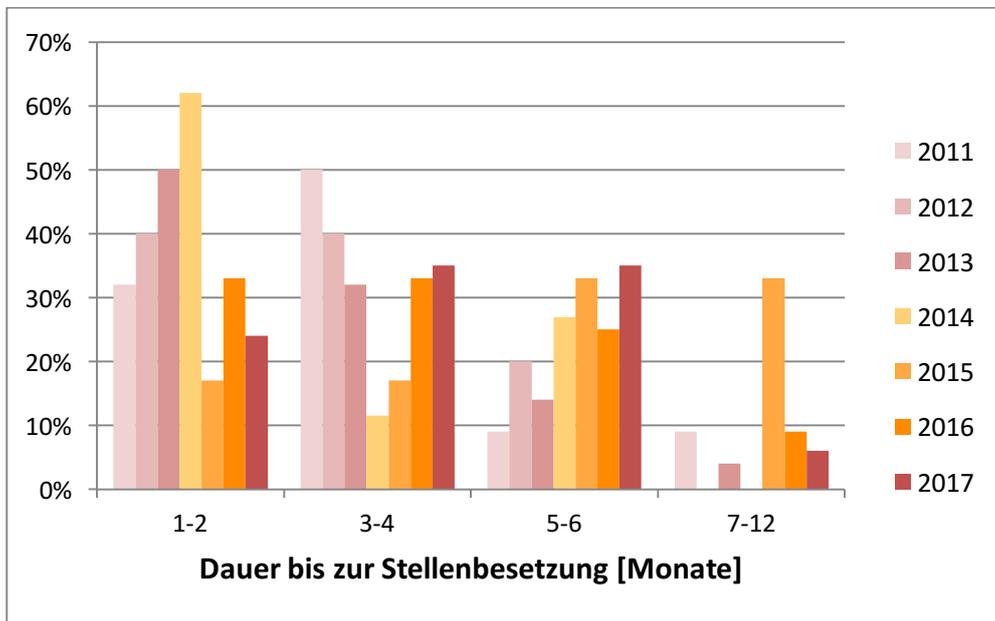


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung in der UX/Usability-Branche von 2011 bis 2017

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 61% zu. 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 (47%) einzuordnen. Darauf folgt die Erhöhung der Investitionsbereitschaft von Auftraggebern (39%). Des Weiteren wird die Herstellung von Kontakten zu potenziellen Auftraggebern (33%) und die Rewalisierung von Konzepten und Umsetzungsvorschlägen (24%) genannt, weniger jedoch die Anerkennung bei Entwicklern (12%) 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=1,0), also als eher zufriedenstellend (2016: m=4,1; sd=0,9). Damit deckt sich die Bewertung des vergangenen Jahres mit den Erwartungen in Bezug auf die Auftragslage im aktuellen Jahr (m=4,0; sd=0,8).

## 5.2 Situation der Angestellten

Bemerkenswert ist erneut die Diversität in den Berufsbezeichnungen der Angestellten (Abbildung 6). Erneut ist die mit Abstand am häufigsten genannte Berufsbezeichnung der „User Experience Designer“ mit 19% der Antworten.

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

Abbildung 6: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2008 - 2017

Dahinter folgen die Berufsbezeichnungen „User Experience Consultant“ (12%), der „Usability Engineer“ (9%), sowie „wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in“ (4%). Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 35% der 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. Ebenso deutet die Veränderungen in den Berufsbezeichnungen der letzten beiden Jahre auf einen stärkeren Forschungsfokus hin.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 4,5 Jahren (sd=4,5; min=0; max=24; med=3) angestellt. 20% der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung. Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 1 bis zu 400.000 Beschäftigten (med=200; m=13.119; sd=51.695). Wie Abbildung 7 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 37% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei nur 12% der dort Angestellten sich mit UX/Usability beschäftigt. Dieser Anteil ist am größten in Unternehmen mit 51 – 100 Mitarbeitern, von denen sich durchschnittlich 37% der Angestellten damit beschäftigen. Auch in kleineren Unternehmen bewegt sich der Anteil UX-/Usability-Beschäftigter in diesem Bereich. Die zuvor genannten Verhältnisse zeigen sich über die vergangenen Jahre durchaus stabil. Insgesamt beschäftigt

sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen ein Fünftel der Belegschaft mit dem Bereich UX/Usability, 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	9%	35%
16-50	18%	36%
51-100	10%	37%
101-1.000	37%	12%
1.001-10.000	14%	4%
>10.000	12%	6%

Abbildung 7: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße

Die große Mehrheit der Angestellten (95%) besitzt derzeit eine Vollzeitstelle. Allerdings geben gleichzeitig 20% der Teilnehmer an, dass sie ihre Stelle gerne reduzieren würden, wobei dieser Anteil zum vergangenen Jahr um 9% gesunken ist. Der gewünschte Stellenumfang bei Personen, die angeben, weniger arbeiten zu wollen, bewegt sich vor allem im Bereich um 80% der aktuellen Stelle – quasi eine Vier-Tage-Woche. Die Diskrepanz zwischen dem mit 5% niedrigen Anteil an Teilzeitstellen und dem Wunsch nach Reduktion bei einem Fünftel der Befragten hängt vermutlich zum Teil mit der Unterstützung des Arbeitgebers für derartige Teilzeitmodelle zusammen. Diejenigen Teilnehmer, die sich eine Reduktion wünschen, nehmen signifikant weniger Unterstützung für Teilzeitmodelle durch ihren Arbeitgeber wahr 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.

66% 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. *Abbildung 8* zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

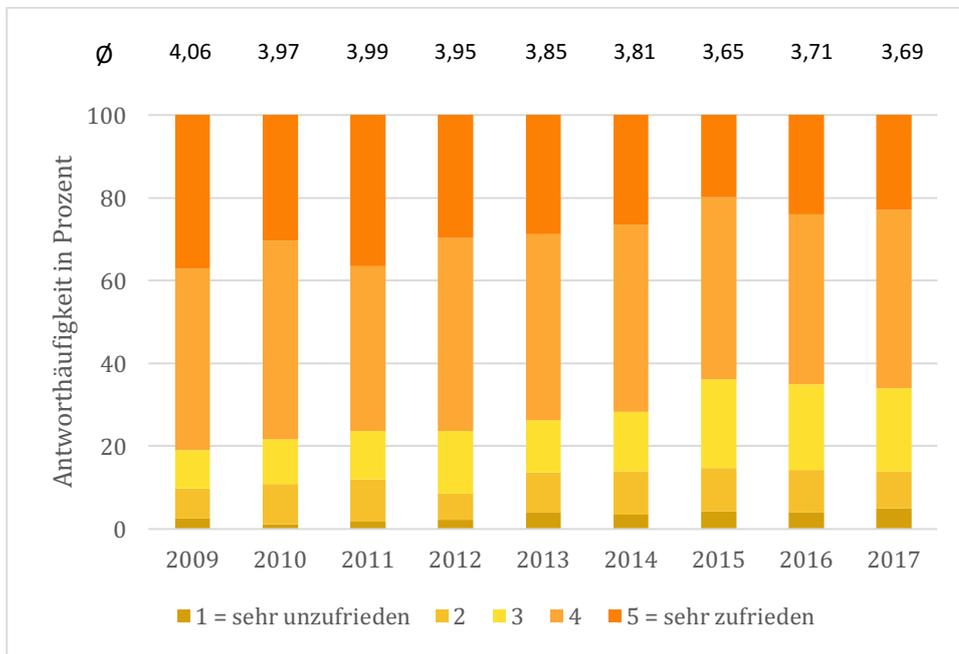


Abbildung 8: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

## 6 Verdienst

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 56.636€ (sd=17.319; min=20.000; max=100.000; 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 10.000 €. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 2.981€ (sd=2.471) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.500€. Wichtigster Gehaltsprädiktor ist die Berufserfahrung im Bereich UX/Usability ( $r=.62$ ). Tendenziell höhere Gehälter finden sich außerdem in größeren Unternehmen ( $r=.31$ ) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in Beratung/Stakeholder Management ( $r=.33$ ), Requirements Engineering ( $r=.29$ ), Evaluation ( $r=.21$ ) und Usability Engineering ( $r=.16$ ). Auch UX/Usability Professionals, die schon länger bei Ihrem jeweiligen Unternehmen tätig sind, 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 82€ (sd=17; min=55; max=120), der mittlere Tagessatz bei 594€ (sd=189; min=240; max=950) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 133 Tagen pro Jahr (sd=63; min=7; max=240). Hochgerechnet auf das ganze Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 85.891€ (sd=47.332; min=14.400; max=192.000).

## 7 Aktuelle Trends, Herausforderungen und Potenziale

Die Frage nach besonders begeisternden Entwicklungen und Trends im Bereich interaktive Produkte und Interaktionstechniken wurde in diesem Jahr am häufigsten mit „Augmented Reality“ (insbesondere Microsoft HoloLens) beantwortet. Wie in den letzten beiden Jahren wurde auch „Virtual Reality“ sehr häufig genannt. Weitere häufig genannte Produkte und Techniken sind sprachgesteuerte Interfaces und Sprachassistenten (insbesondere Amazon Alexa bzw. Amazon Echo), Smart Home, Chatbots, Material Design, Artificial Intelligence und Machine Learning sowie Fitness Tracker.

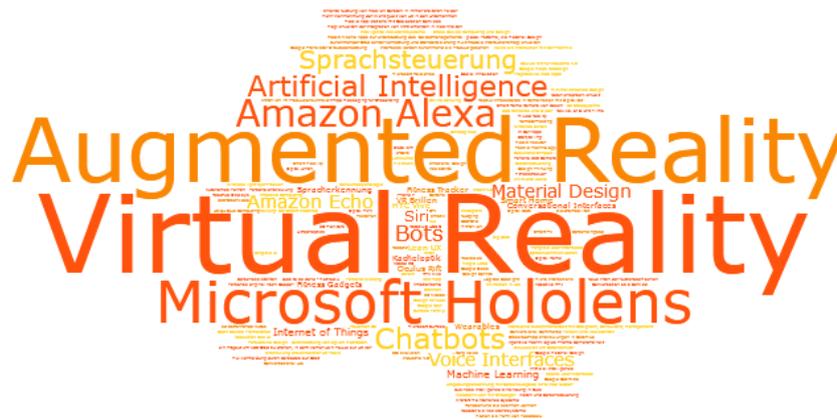


Abbildung 9: Das begeistert UX/Usability Professionals 2016

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmern als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends. Am häufigsten wird hier Virtual Reality genannt, gefolgt von Smartwatches, Schlagwörtern wie „Design Thinking“ oder „agile Entwicklung“, sprachgesteuerten Interfaces und Sprachassistenten (insbesondere Amazon Alexa), Fitness Gadgets, Chatbots, Flat Design, One Page Webseiten und Parallax Scrolling, Smart Home und dem Internet of Things (IoT). Weiterhin als nervig empfunden werden Kachel Design, Responsive Design und die „mobile first“-Einstellung bei der Entwicklung



Mehrzahl der Teilnehmer wird eine stärkere Einbettung von Usability und User Experience in die Entwicklungsprozesse gewünscht (69%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als wünschenswerte Änderungen angeführt (60%). Jeweils 23% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards, 19% 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 (115), erezult (70), Ergosign (60), artop (43), usability.de (24), SAP (23), GfK SirValUse (21), Fraunhofer FIT (17), eparo (16), ProContext (15), DATEV (14), Bosch (12), IDEO (11), USEEDS° (11), BMW (10) und Zalando (10). 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