

Branchenreport UX/Usability 2023

Ergebnisse der jährlichen Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

Stefan Tretter

stefan.tretter@lmu.de

Department Psychologie, Ludwig-Maximilians-Universität
München
München, Germany

Daniel Ullrich

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

Sarah Diefenbach

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

Nina Gerber

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

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2023 dokumentiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals) die Situation von Usability und User Experience Professionals in Deutschland. Auf Basis einer jährlichen Befragung liefert der Branchenreport Einblicke u.a. in Ausbildungs- und Karrierewege, Arbeitsfelder und Aufgabenbereiche, Verdienstmöglichkeiten, unternehmerische Aspekte, sowie aktuelle Trends und Potenziale. Zusätzliche Vergleiche mit vorherigen Jahren geben Aufschluss über Entwicklungen der Branche (z.B. Gehälter, Ausbildungswege, Berufsbezeichnungen) im zeitlichen Verlauf.

SCHLAGWÖRTER

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

1 EINLEITUNG

Die German UPA (Berufsverband für UX und Usability¹) informiert mit dem jährlichen Branchenreport über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Arbeitsfeld User Experience (UX) und Usability. Hierbei werden zum einen Daten bezüglich Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Projektschwerpunkten und Kennzahlen zum aktuellen Arbeitgeber oder der eigenen Unternehmung erhoben und zum anderen subjektive Bewertungen zu Zufriedenheit, Unternehmenskultur und wahrgenommenen Herausforderungen erfragt. Zusätzlich bietet der Branchenreport einen Überblick über die Einschätzung aktueller Trends und potenzieller Entwicklungsfelder in der Branche.

Der Branchenreport bietet für verschiedene Personengruppen eine wertvolle Informationsbasis. Interessierte, die eine Tätigkeit im Usability- bzw. User Experience-Bereich in Erwägung ziehen, erhalten einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Situation der Branche, potentielle Karrierewege und Ausbildungsmöglichkeiten. Bereits in der Branche Tätige erhalten Vergleichswerte zur

¹www.germanupa.de

Orientierung, um ihre aktuelle Situation im Verhältnis zu der ihrer Kollegen einschätzen zu können. Darüber hinaus bieten die im Branchenreport gebündelten Informationen auch Anknüpfungspunkte für Diskussionen zur Weiterentwicklung und Professionalisierung des Berufsbilds und bilden damit eine wichtige Grundlage für die Arbeit des Berufsverbands.

Die Datenerhebung erfolgte mittels Online-Befragung im Zeitraum von April bis Mai 2023. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 341 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 jeweilige Anzahl der Antworten in den nachfolgenden Statistiken variieren. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu 55 % aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 45 % bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten. Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Teilnehmerzahlen im Laufe der Jahre seit 2014, sowie eine Unterteilung dahingehend, ob bereits im Vorjahr teilgenommen wurde. Im weiteren Verlauf werden Unterschiede als signifikant bezeichnet, wenn eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $< 5\%$ vorliegt ($p < .05^*$). Bei Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien basiert die Auswahl der Kategorien in der Regel auf den häufigsten Nennungen früherer Jahre.

2 DEMOGRAFIE

44 % der befragten UX/Usability Professionals sind männlich, 54 % weiblich und 1,5 % (5 Teilnehmer) kategorisierten ihr Geschlecht als divers. Dies bedeutet nach 2021 zum dritten Mal eine Überzahl an weiblichen Teilnehmerinnen. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 36 Jahren (Standardabweichung $sd=7,9$; Minimum $min=21$; Maximum $max=62$). Die Mehrzahl der Teilnehmer arbeitet in Bayern (19 %), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (17 %), Baden-Württemberg (15 %), Saarland (11 %), Berlin (9 %), Hamburg (8 %) und Niedersachsen (6 %). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 5 %. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 8 Jahren ($sd=6,5$; $min=0$; $max=35$; Median=7 Jahre) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 10,6 Jahren signifikant

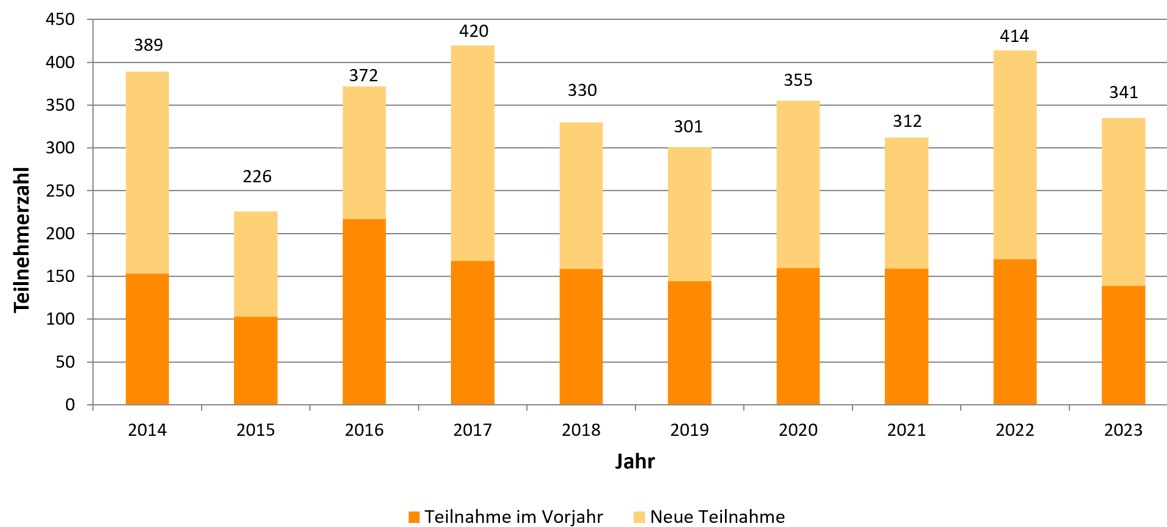


Abbildung 1: Teilnehmerzahl im Laufe der Jahre.

mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 6,4 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 39 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 5 % bis 100 %. Der Median liegt bei 90 % (Mittelwert $m=79$; $sd=25,2$).

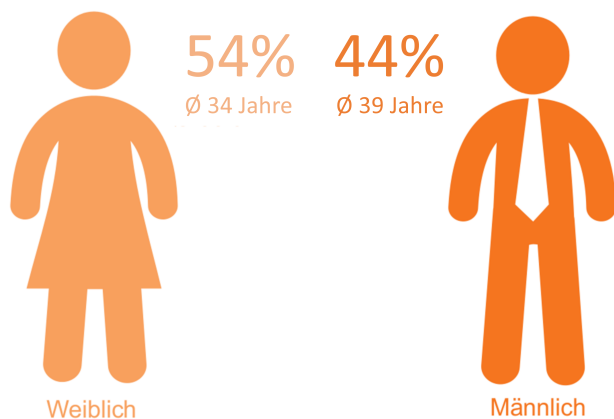


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis mit durchschnittlichem Alter.

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 40 % der Master-Abschluss. Am zweithäufigsten wurde mit 29 % der Bachelor-Abschluss genannt, der wie im Vorjahr häufiger vertreten ist als das Diplom, welches mit 22 % am dritthäufigsten genannt wurde. 3 % haben

promoviert, 2 % verfügen über einen Magister-Abschluss und 4 % nannten einen anderen Abschluss (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind Medieninformatik (13 %), Kommunikationsdesign (12 %), Psychologie (9 %), Informationsdesign (7 %), Human-Computer-Interaction (6 %) Informatik (6 %) und Digitale Medien (5 %). Ganze 25 % gaben einen Studiengang an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war, was die Diversität des Berufsfeldes verdeutlicht. Diese nicht vorgegebenen Studiengänge machten im Einzelnen jeweils weniger als 2 % der Gesamtnennungen aus. Dieses Jahr erstmals erfragt wurde die Hochschule, an der die Teilnehmer ihren Abschluss erworben haben. Die Antworten spiegeln erneut die Diversität der Teilnehmer wider: Nur fünf Hochschulen wurden von Teilnehmern in mehr als 3 % aller Fälle genannt. Die Top 5 bilden die Hochschule der Medien Stuttgart (7 %), Hochschule Kaiserslautern (5 %), Hochschule Düsseldorf (4 %), Technische Universität Berlin (3 %) und die Hochschule Trier (3 %). Der mit Abstand am häufigsten genannte Ausbildungsberuf ist wie in den Vorjahren die Ausbildung zum Mediengestalter (13 %).

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schlossen diese in fast drei Viertel der Fälle (72 %) mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (100 Personen) ab. Weitere Titel waren „Usability Engineer“ (16 Personen), „UX & Usability Expert“ (15 Personen) und „Usability Consultant“ (2 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 48 Personen), das artop Institut Berlin (18 Personen) sowie das Fraunhofer Institut (11 Personen).

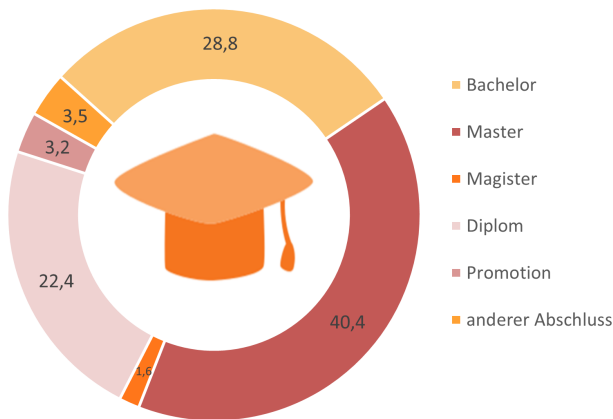


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche.

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 (39 %), Medizin und Pflege (27 %), Automobil (26 %), Finanzdienstleistung (25 %), e-Commerce (23 %), Öffentlicher Dienst/Behörden (20 %), Elektronik (10 %), Bauen und Wohnen (8 %), Hochschule und Lehre (6 %), Unterhaltung und Spiele (5 %), Food/Fast moving consumer goods (5 %), Touristik (4 %), sowie Bekleidung (2 %). Deutliche Änderungen gegenüber dem Vorjahr sind bei der Häufigkeitsverteilung der verschiedenen Branchen hierbei nicht ersichtlich. Beispiele weiterer Nennungen sind Versicherungen, der Energiesektor und Software.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business-Bereich (78 %) waren wie auch schon im Vorjahr häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (56 %); 41 % der Befragten arbeiten für interne Kunden/Mitarbeiter als Zielgruppe. Beispiele weiterer genannter Ziel- und Nutzergruppen sind Behörden/Öffentlicher Dienst und Studenten.

Bezüglich der relevanten Endgeräte (Mehrfachnennungen möglich) betrifft ein Großteil der Projekte weiterhin klassische Desktop-Anwendungen (92 %), gefolgt von Anwendungen für Smartphones (72 %), Tablets (68 %), Automobil (10 %) und Wearables (7 %). Häufig wird jedoch auch nicht mehr zwischen Desktop- und Mobile-Anwendungen getrennt; 48 % berichten Projekte mit Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design). Beispiele für seltenere Nennungen sind TV, VR Brillen, Sprachsteuerung, Fernbedienungen oder Gartengeräte.

Neu hinzugekommen in der Befragung des diesjährigen Branchenreports sind die Frage nach den meistgenutzten Tools (Mehrfachnennungen möglich). Zur Frage nach den regelmäßig genutzten UX Design Tools waren die häufigsten Nennungen Figma (75 %),

Adobe Illustrator (23 %), Adobe Photoshop (19 %), Adobe XD (16 %), Webflow (14 %) und Axure RP (13 %). Die meist genutzten Whiteboarding/Konzeptions-Tools sind Miro (80 %), Figma (49 %), Zoom (29 %), FigJam (24 %) und Mural (11 %). Für UX Research Aktivitäten verwenden die Befragten am häufigsten Microsoft Teams (48 %), Google Analytics (17 %) und Surveymonkey (17 %).

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 8 % der Teilnehmer umfasste, während sich 91,5 % der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2022: 8 % vs. 90 %). 0,5 % 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

27 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil (2022: 33). 41 % der Selbstständigen bezeichnen sich als "Freelancer", während 15% ihr Unternehmen als "Designstudio/-büro" und jeweils 11% als "Beratung" bzw. "Agentur" beschreiben. 7 % der Antworten entfallen auf "Entwicklungsunternehmen", 4 % auf "Consulting". 11 % nahmen die Möglichkeit wahr, eine andere Unternehmensbezeichnung anzuführen, darunter "(Gestaltende) Beratung", "Coaching" und "Training". Das durchschnittliche Unternehmensalter liegt in diesem Jahr bei 8 Jahren und ist damit jünger als in den Vorjahren, in denen es jeweils bei 11 Jahren lag. Das Alter der Unternehmen variiert naturgemäß stark ($sd=7,5$). Das älteste der genannten Unternehmen wurde bereits vor 26 Jahren gegründet, das jüngste besteht seit nicht einmal einem Jahr. 25 % der Selbstständigen arbeiten allein (2022: 31%; 2021: 38 %; 2020: 22 %; 2019: 26 %), in 38 % der Fälle besteht die Belegschaft aus einem Mitarbeiter. Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit einer einstelligen Anzahl an Mitarbeitern bei 83 %, hinzu kommen Unternehmen mit jeweils 10, 20, 25 und 45 Mitarbeitern. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 3,9 Monate ($sd=2,5$), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 4), als Maximum wurden 8 Monate angegeben (2022: $m=3,1$; $sd=1,7$; 2021: $m=3,3$; $sd=2,2$; 2020: $m=2,9$; $sd=1,4$). Als meistgenannter Grund für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern wurden in diesem Jahr vor allem "überhöhte Gehaltsvorstellungen" (2023: 39%; 2022: 30 %; 2021: 14 %) angegeben, gefolgt von der "mangelnden Berufserfahrung" (2023: 28%; 2022: 27%; 2021: 21%) und dem "fehlenden Fachwissen im Bereich UX/Usability" (2023: 17%; 2022: 36 %; 2021: 14 %). Weniger relevant hingegen sind wie in den letzten Jahren auch "mangelnde Soft-Skills" (2023: 6%; 2022: 6 %; 2021: 7 %) und "fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools" (2023: 6%; 2022: 3 %; 2021: 4 %). In diesem Jahr gar nicht genannt wurde das Problem, dass es "insgesamt zu wenig Bewerber auf eine Stelle" gäbe (2022: 27 %; 2021: 19 %). Der erfolgreichste Weg zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem "Beziehungen" und erst in zweiter Instanz "Ausschreibungen" bzw. "Personaldienstleister", "Arbeitsamt" sowie "berufliche soziale Netzwerke" wie z.B. "LinkedIn".

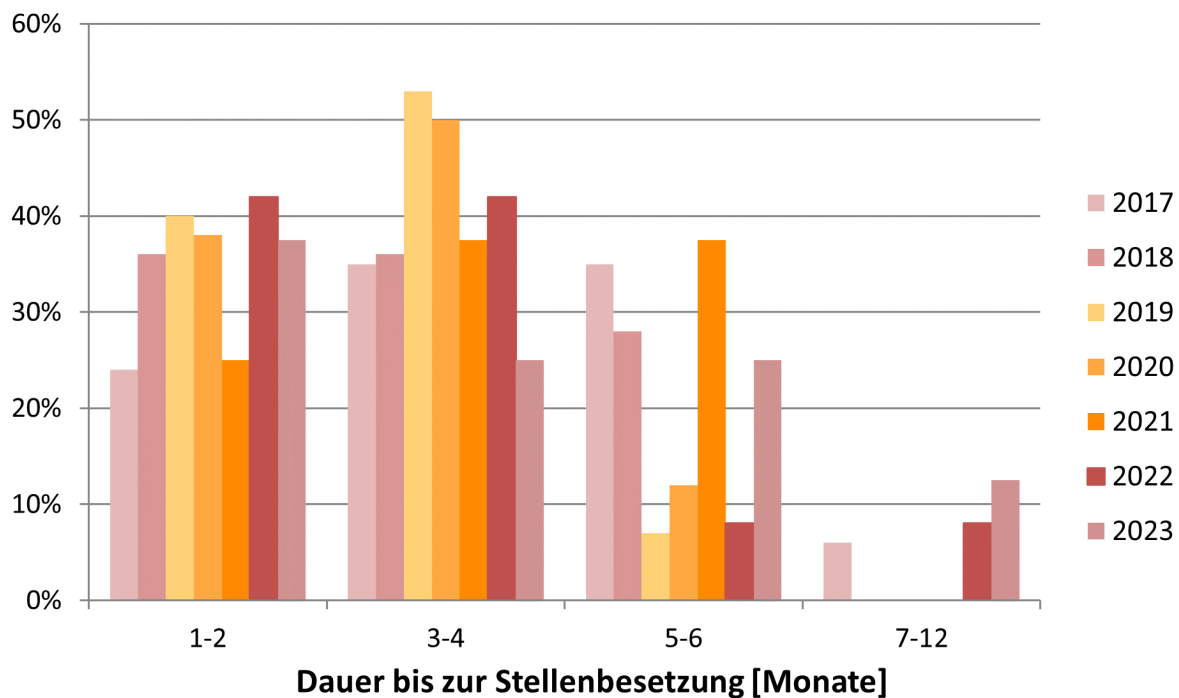


Abbildung 4: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2017 bis 2023.

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens erneut in der "Vermittlung der Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen" (2023: 52%; 2022: 49%; 2021: 54%; 2020: 60%; 2019: 75%) und knapp dahinter die "Investitionsbereitschaft der Auftraggeber erhöhen" (2023: 44%; 2022: 42%; 2021: 43%). Es folgen die Herausforderungen, eine "Balance zwischen User Goals und Business Goals" zu finden (2023: 41%; 2022: 46%; 2021: 54%) und mit etwas Abstand mit jeweils 26% den "Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen" (2022: 27%; 2021: 39%) und die "Realisierung der Konzepte und Umsetzungsvorschläge" (2022: 18%; 2021: 21%). Als verhältnismäßig weniger problematischer als im Vorjahr wird die "Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. Abgrenzung von Mitbewerbern" (2023: 19%; 2022: 27%; 2021: 32%) sowie die Herausforderung, "Anerkennung bei Entwicklern" zu finden (2023: 7%; 2022: 21%; 2021: 7%) eingeschätzt. 59% der Selbstständigen gaben an, im vergangenen Jahr immer von Zuhause aus gearbeitet zu haben, während 11% berichteten, gewöhnlich, 26% manchmal und 4% nie von Zuhause aus gearbeitet zu haben. Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 3,9 (sd=1,0) und damit exakt wie im letzten Jahr (2022: m=3,9; sd=1,0; 2021: m=3,4; sd=1,4; 2020: m=3,9; sd=1,1). Folglich lagen die Teilnehmer mit ihrer Prognose aus dem letzten Jahr richtig; für das kommende Jahr erwarten sie erneut eine vergleichbare Auftragslage (2023: m=3,9; sd=0,8; 2022: m=3,9; sd=1,0; 2021: m=4,3; sd=0,8; 2020: m=2,9; sd=1,4).

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 37% der Antworten (Tabelle 1). Auf dem zweiten Rang folgt in diesem Jahr erstmals der "User Experience Researcher" (8%), dicht gefolgt vom "User Experience Consultant" (7%). Auf den in diesem Jahr erstmals in den vorgegebenen Antworten abgefragten "User Experience Manager" entfallen 4% der Antworten, auf den "Head of UX" 3%. Obwohl in diesem Jahr zusätzliche häufig genannte Berufsbezeichnungen aus den letzten Jahren abgefragt wurden, nutzten dennoch 30% der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier treten vor allem der "UX/UI Designer" sowie der "(IT) Consultant" in relevanter Häufung auf.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 4,7 Jahren (sd=4,9; min=0; max=29; med=3) angestellt. 19% der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2022: 21%; 2021: 22%; 2020: 22%) für im Schnitt 10 Mitarbeiter (min=1; max=55; med=8). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 3 bis zu 600.000 Beschäftigten (med=230; m=16.964; sd=62.918). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 – 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe erneut die größte Gruppe. 38% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe.

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2019 - 2023

Rang	2019	2020	2021	2022	2023
1.	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer
2.	UX Consultant	UX Consultant	UX Consultant	UX Consultant	UX Researcher
3.	Usability Engineer	Usability Engineer	UX Researcher	UX Researcher	UX Consultant
4.	UX Researcher	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Usability Engineer	Usability Engineer	UX Manager
5.	User Interface Designer	UX Researcher	UX Architect	UX Architect	Head of UX

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

Unternehmensgröße	% der Befragten
1-15	4 % (4 %)
16-50	22% (22 %)
51-100	5 (11 %)
101-1.000	38 % (32 %)
1.001-10.000	19 % (18 %)
>10.000	13 % (13 %)

Mit 92 % bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 40 % der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, zuletzt wieder leicht gestiegen (2022: 38 %; 2021: 42 %; 2020: 32 %; 2019: 39 %; 2018: 36 %; 2017: 20 %). Die häufigste Antwort auf die Frage, auf welchen Stellenumfang diese Personen ihre Arbeitszeit gerne reduzieren würden, war auch in diesem Jahr 80 %. Die häufigsten Angaben auf die Frage, wofür die Teilnehmer die aufgrund einer Stellenreduktion freigeordnete Zeit nutzen würden, waren "Familie" und "Freizeit/Hobbies". Obwohl bei 40 % der Befragten der Wunsch nach einer gewissen Reduktion ihrer Stelle besteht und 47 % der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeit-Modellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der derzeitige Anteil an Teilzeitstellen mit 8 % dennoch durchaus niedrig. Im Schnitt haben die Angestellten 29,1 Urlaubstage (sd=2,6; min=16; max=36; med=30). 22 % der Angestellten gab an, im vergangenen Jahr immer von Zuhause aus gearbeitet zu haben. Der größte Teil der Angestellten (56 %) arbeitete im vergangenen Jahr gewöhnlich von Zuhause aus, 20 % manchmal und 1 % nie. 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 (2022: 68 %; 2021: 70 %; 2020: 65 %; 2019: 66 %), 19 % hingegen sind in diesem Jahr eher oder sehr unzufrieden (2022: 14 %; 2021: 14 %; 2020: 17 %; 2019: 16 %), womit der Wert leicht über dem der vergangenen Jahre liegt. Abbildung 5 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre. 51 % stimmten der Aussage eher oder voll zu, dass sie mit ihrer Stelle "wirklich zufrieden" seien und sich für die nächste Zeit "nur wünschen, dass alles so gut bleibt" wie bisher. 60 % gaben (eher) an, bei ihrem aktuellen Arbeitgeber "zufrieden" zu sein und ihre "Ansprüche immer wieder zu steigern", wohingegen 21 % (eher) angaben, "bei der Arbeit zufriedener geworden" zu sein, weil sie "nicht mehr so viel erwarten" würden. Auf die Frage, welche Kriterien

für einen Jobwechsel in der Vergangenheit ausschlaggebend waren, gaben 60 % an, dass die "Unternehmenskultur" eine entscheidende Rolle gespielt hätte, dicht gefolgt von "Gehalt und Vergütung" (58 %). Häufig genannt wurden zudem die "Führungsqualität des Arbeitgebers" (49 %) und die "Entwicklungs- und Aufstiegschancen beim neuen Arbeitgeber" (47 %), gefolgt von "Arbeitspensum und Verantwortungsbereich" (36 %), "Unternehmenswerte und Leitbild" (34 %), "Branche und Sektor" (33 %), "Vereinbarkeit von Beruf und Familie" (31 %), sowie "Standort/Nähe" (30 %). Weniger wichtige Kriterien für einen Jobwechsel waren mit jeweils 27 % die "Stabilität und Sicherheit des Arbeitgebers" sowie "Zusatzleistungen" wie z.B. bezahlter Urlaub, der "Ruf des Unternehmens" (21 %), die "Physische Arbeitsumgebung" (19 %), die "Größe des Unternehmens" (17 %), sowie "Diversität, Chancengleichheit und Inklusion" (16 %).

6 VERDIENST

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 61.794€ (sd=15.024; min=32.400; max=100.000; hochgerechnet auf Vollzeitstellen, Ausschluss von Extremwerten außerhalb des 1,5-fachen Interquartilsabstandes). Erfragt wurden außerdem etwaige Gehaltserhöhungen zum Vorjahr auf individueller Ebene, hier reichen die Angaben von 0€ bis 12.000€. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 3.364€ (sd=2.872) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 3.000€. Mit zunehmender Berufserfahrung steigt auch das Gehalt: Während Angestellte mit 1-3 Jahren Berufserfahrung ein durchschnittliches Bruttojahresgehalt von 49.815€ (sd=9.377; min=32.400; max=72.000) aufweisen, liegt das durchschnittliche Gehalt von Angestellten mit 4-7 Jahren Berufserfahrung bei 58.808€ (sd=10.065; min=35.000; max=82.000), bei Angestellten mit 8-12 Jahren Berufserfahrung bei m=65.256€ (sd=10.714; min=40.000; max=85.000) und bei solchen Angestellten, die über mehr als 12 Jahre Berufserfahrung verfügen, bei m=69.094€ (sd=11.206; min=45.000; max=86.500). Regional betrachtet finden sich im Süden Deutschlands tendenziell höhere Gehälter als im Norden. Es besteht zudem ein positiver Zusammenhang zwischen dem Gehalt und der Unternehmensgröße ($r=.18$). Es handelt sich hierbei um eine partielle Korrelation, welche den Zusammenhang von Gehalt und Berufserfahrung berücksichtigt.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 92€ (sd=12; min=75; max=120), der mittlere Tagessatz bei 735€ (sd=107; min=600; max=1.000) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 145 Tagen pro Jahr (sd=47; min=80; max=230). Hochgerechnet auf ein ganzes Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 111.376€ (sd=49.646; min=48.000; max=184.000).

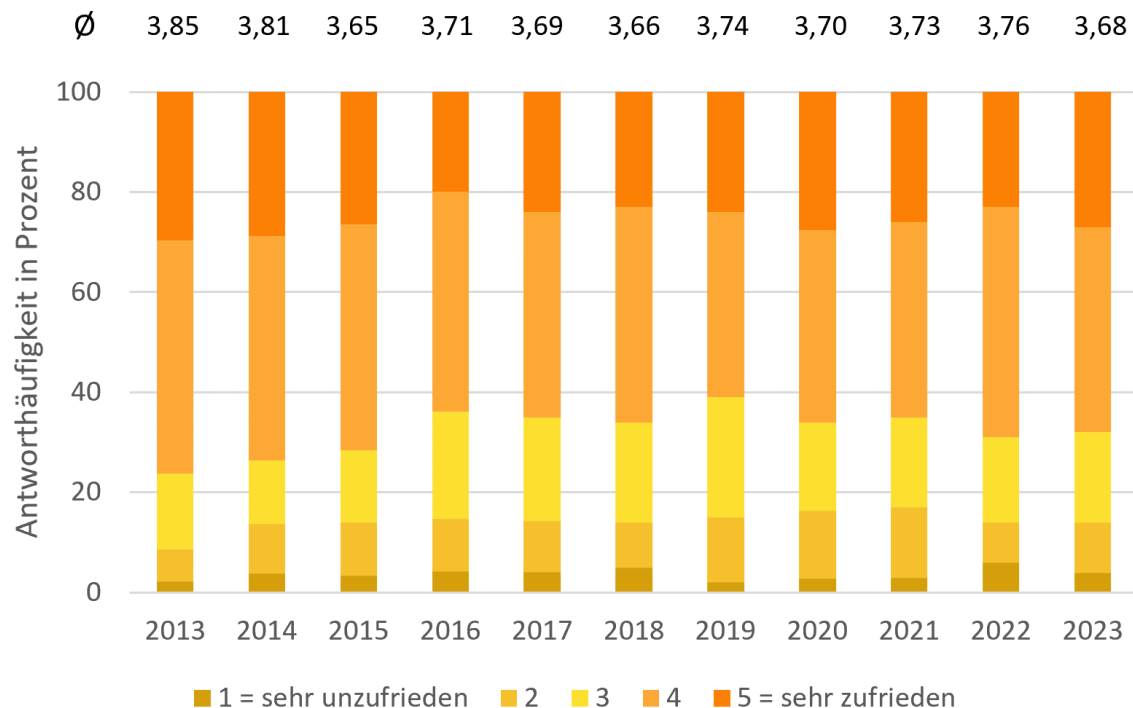


Abbildung 5: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre.

7 AKTUELLE TRENDS UND POTENZIALE

Interaktionstechniken wurde in diesem Jahr am häufigsten mit „Artificial Intelligence“ und der zugehörigen Anwendung „ChatGPT“ bzw. abstrakter „Chatbots“ beantwortet. Weitere häufig genannte Produkte und Anwendungsgebiete sind „Accessibility/Barrierefreiheit“, „Design Systems“, „Figma“, „Sustainability/Nachhaltigkeit“ und „User Research“ (Abbildung 6).

„Augmented reality“ und dem „Metaverse“. Weiterhin als nervig empfunden werden „Crypto“, „Gendern“, „NFTs“ und „Design Systems“ (Abbildung 7).



Abbildung 6: Das begeistert UX/Usability Professionals 2023.

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmenden als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends. Am häufigsten werden auch hier „Artificial Intelligence“, „ChatGPT“ und „Chatbots“ genannt, gefolgt von „Virtual Reality“.



Abbildung 7: Das nervt UX/Usability Professionals 2023.

Zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential sehen die Teilnehmenden wie auch im letzten Jahr am häufigsten im Bereich „Barrierefreiheit und Inklusion“. Weiteres Potential liegt für die Teilnehmenden im Anwendungsfeld „Artificial Intelligence“ und „ChatGPT“, in der „nachhaltigen Gestaltung von Produkten“, sowie im Bereich „UX Writing“ und „UX/User Research“.

8 BEKANNTESTE UNTERNEHMEN

Auf die Frage „Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen dir spontan ein, wenn du an Usability/UX denkst?“ waren bis zu drei Antworten möglich. Hierbei wurden 162 verschiedene Unternehmen genannt. Die meistgenannten Unternehmen waren Ergosign (70), eresult (66), UX&I (64), UID (63), DATEV (23), usability.de (21), Bosch (21), Userlutions (20), Centigrade (20), artop (18),

SAP (12) und slashwhy (10). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Teilnehmenden genannt.

DANKSAGUNGEN

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