

# Branchenreport UX/Usability 2015

## Ergebnisse einer Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

### **Sarah Diefenbach**

LMU München  
Department Psychologie  
Leopoldstr. 13, 80802 München  
Sarah.Diefenbach@psy.lmu.de

### **Stefan Tretter**

LMU München  
Department Psychologie  
Leopoldstr. 13, 80802 München  
Stefan.Tretter@psy.lmu.de

### **Daniel Ullrich**

LMU München  
Institut für Informatik  
Amalienstr. 17, 80333 München  
Daniel.Ullrich@ifi.lmu.de

### **Nina Kolb**

TU Darmstadt  
Institut für Psychologie  
Alexanderstr. 10, 64283 Darmstadt  
kolb@psychologie.tu-darmstadt.de

### **Abstract**

Seit über zehn Jahren bietet die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals, [www.germanupa.de](http://www.germanupa.de)) mit dem Branchenreport einen regelmäßigen Überblick der Situation von Usability und User Experience (UX) Professionals in Deutschland. 2015 haben sich 226 Personen an der Befragung beteiligt und liefern damit eine umfangreiche Informationsbasis zu Aus- und Weiterbildung, Arbeitsfeldern und Aufgabenbereichen, Verdienstmöglichkeiten, Trends sowie den wichtigsten Arbeitgebern der Branche. Neben Zahlen und Fakten liefern subjektive Einschätzungen zu Arbeitszufriedenheit, Unternehmenskultur und wahrgenommenen Herausforderungen eine umfassende Beschreibung der Situation von Angestellten und Selbstständigen in der UX/Usability-Branche.

### **Keywords**

Usability, User Experience, Branche, Arbeitssituation, Gehaltsspiegel, Ausbildung, Unternehmen

## Einleitung

Mit dem jährlichen Branchenreport informiert die German UPA (Berufsverband der deutschen Usability und User Experience Professionals, [www.germanupa.de](http://www.germanupa.de)) über die aktuelle Situation und Entwicklungen im Arbeitsfeld Usability und User Experience. 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.

Der Branchenreport bietet für verschiedene Personengruppen eine wertvolle Informationsbasis. Interessierte, die eine Tätigkeit im Usability- bzw. User Experience-Bereich in Erwägung ziehen, erhalten einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Situation der Branche, potentielle Karrierewege und Ausbildungsmöglichkeiten. Bereits in der Branche Tätige erhalten Vergleichswerte zur Orientierung, um ihre aktuelle Situation im Verhältnis zu der ihrer Kollegen einschätzen zu können. Darüber hinaus bieten die im Branchenreport gebündelten Informationen auch Anknüpfungspunkte für Diskussionen zur Weiterentwicklung und Professionalisierung des Berufsbilds und bilden damit eine wichtige Grundlage für die Arbeit des Berufsverbands.

Die Datenerhebung erfolgte wie auch in den Vorjahren mittels Online-Befragung im Zeitraum von März bis Mai. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 226 Teilnehmer machten Angaben zu einem Großteil der Fragen und bilden die Basis für die im Folgenden vorgestellten Analysen. Die Gruppe der Teilnehmer bestand zu nahezu gleichen Teilen aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern (51%) und Teilnehmern, die bereits im Vorjahr teilgenommen hatten (49%). Unterschiede werden 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.

## Demografie

61% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich, 39% weiblich. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 34 Jahren ( $sd=6,1$ ;  $min=23$ ;  $max=53$ ). 20% der Teilnehmer arbeiten in Nordrhein-Westfalen, 19% in Bayern, 15% in Berlin/Brandenburg, 14% in Baden-Württemberg, 7% im Saarland und jeweils 6% in Hessen und Schleswig-Holstein/Hamburg. Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 6%. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 6 Jahren ( $sd=4,5$ ;  $min=0$ ;  $max=25$ ) in der UX/Usability Branche tätig.



Abbildung 1: Geschlechterverhältnis in der UX/Usability-Branche

## Aus- und Weiterbildung

Unter den 215 Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meist genannte höchste akademische Grad mit 40% noch das klassische Diplom. Für 26% ist es ein Master-Abschluss, bei 21% ist es ein Bachelor-Abschluss, 5% verfügen über einen Magister-Abschluss, 4% haben promoviert (siehe Abbildung 2).

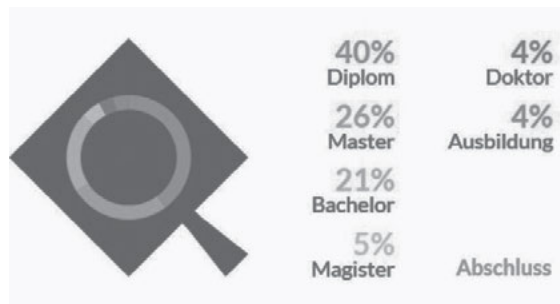


Abbildung 2: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre, Tabelle 1 zeigt die meist vertretenen Studienfächer und Ausbildungsberufe (Mehrfachnennungen möglich). Wer eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierte, schloss diese meist mit dem Titel "Certified Professional for Usability and User Experience" (29 Personen), "Usability Consultant" (23 Personen) oder "Usability Engineer" (19 Personen) ab. Die populärsten Ausbildungsanbieter sind wie in den Vorjahren auch das artop Institut Berlin (26 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (12 Personen).

<b>Studienfach/Ausbildungsberuf</b>	<b>% der Befragten</b>
<b>Informatik</b>	<b>14%</b>
Medieninformatik	12%
<b>Psychologie</b>	<b>12%</b>
<b>Digitale Medien</b>	<b>9%</b>
<b>Kommunikationsdesign</b>	<b>9%</b>
<b>Mediengestalter/in (Ausbildungsberuf)</b>	<b>7%</b>
<b>Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>6%</b>
<b>Industriedesign</b>	<b>5%</b>
<b>Medienwissenschaft</b>	<b>5%</b>
<b>Mediengestaltung</b>	<b>5%</b>
<b>Industriedesign</b>	<b>4%</b>
<b>Informationsdesign</b>	<b>4%</b>
<b>Interaktionsdesign</b>	<b>4%</b>
<b>Informationswissenschaft</b>	<b>4%</b>
<b>Kommunikationswissenschaft</b>	<b>4%</b>
<b>Fachinformatiker/in (Ausbildungsberuf)</b>	<b>4%</b>

*Tabelle 1: Studienfächer*

Die Befragten wurden außerdem um die Angabe der drei für sie persönlich wichtigsten Aktivitäten zum Wissenserwerb im Bereich UX/Usability gebeten. Abbildung 3 zeigt die Relevanz der verschiedenen Aktivitäten. Auf die offene Frage nach weiteren besonderen Empfehlungen für UX/Usability-Wissen wurden beispielsweise außerdem genannt: LinkedIn-Gruppe IxDA, usabilitymatters.org, UI19 conference video tutorials, UIE Newsletter (Jared M. Spool), uxmag.com, uxhh.de, das UX Camp Europe und schließlich auch die Usability Professionals/Mensch und Computer Konferenz.



Abbildung 3: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

## Arbeitsaufgaben und Projekte

Der größte Anteil der UX/Usability-Projekte ist den Branchen Industrie & Logistik mit 41% und e-Commerce mit 33% zuzuordnen, gefolgt von Medizin & Pflege und dem Automobilsektor, wie Tabelle 2 zu entnehmen ist. Neben den hier vorgegebenen Branchen (basierend auf den häufigsten Antworten der Vorjahre), wurden auch die Sektoren Finanzdienstleistung, Business Software und Touristik häufiger genannt.

Branche	% der Befragten
<b>Industrie &amp; Logistik</b>	41%
e-Commerce	33%
<b>Medizin, Pflege</b>	19%
<b>Automobil</b>	18%
<b>Elektronik</b>	14%
<b>Unterhaltung, Spiele</b>	10%
<b>Hochschule, Lehre</b>	7%
<b>Food, fast moving consumer goods</b>	6%
<b>Bekleidung</b>	3%
<b>Bauen &amp; Wohnen</b>	2%

Tabelle 2: Schwerpunkte von UX/Usability-Projekten

Innerhalb der Branche fallen 68% aller Projekte zumindest teilweise in den Bereich B2B, gleichzeitig können auch 66% dem Bereich B2C zugeordnet werden. "Interne Kunden" und "eigene Mitarbeiter" wurden beispielsweise als andere Zielgruppen genannt.

Auf die Frage nach den Endgeräten, auf die ihre Projekte abzielten, nannten 80% der Befragten unter anderem den "Desktop". Dahinter liegen relativ gleichauf "Mobile Geräte" mit 68%, sowie "Tablets" und "Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design)" mit jeweils 62%. Zudem befassten sich auch 29% der Projekte mit anderen Endgeräten wie "Terminals", "Automobilen" und "medizinischen Geräten".

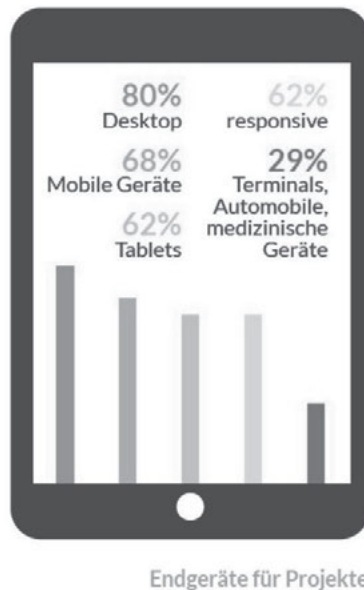


Abbildung 4: Häufigste Endgeräte in UX/Usability-Projekten

Zusätzlich wurde den Teilnehmern die Frage gestellt: *Wo liegen Ihrer Meinung nach typischerweise die größten Probleme/Herausforderungen in UX/Usability Projekten?* Auf einer Skala von 1 (=eher unproblematisch) bis 5 (=größte Herausforderung) ergaben sich durchschnittlich die höchsten Werte für "Analyse/User Research" ( $m=3,5$ ;  $sd=1,2$ ), "Transfer von Konzept zu Entwicklung" ( $m=3,5$ ;  $sd=1,1$ ), sowie "Transfer von Konzept zu Kunde" ( $m=3,4$ ;  $sd=1,1$ ) und "UAT/Qualitätssicherung" ( $m=3,4$ ;  $sd=1,1$ ). Im Gegensatz dazu lagen die Werte für "Transfer von Konzept zu Design" ( $m=2,8$ ;  $sd=1,1$ ), "Persona Entwicklung" ( $m=2,8$ ;  $sd=1,2$ ) und "Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten" ( $m=2,7$ ;  $sd=1,2$ ) im Schnitt deutlich niedriger.

Unabhängig des Anwendungsbereichs wurden die Teilnehmer auch nach der Verteilung ihres Arbeitspensums auf unterschiedliche Aufgabenbereiche befragt. Tabelle 3 zeigt die

durchschnittlichen Bewertungen der in die jeweilige Tätigkeit investierten Zeit auf einer Skala von 1 (=nie) bis 5 (=sehr häufig) und die zugehörigen Standardabweichungen.

Aufgabenbereich	M	SD
<b>UX Design</b>	3,6	1,2
Beratung, Stakeholder Management	3,5	1,3
<b>Prototypenentwicklung</b>	3,4	1,2
<b>Information Architecture</b>	3,4	1,2
<b>Usability Engineering</b>	3,2	1,2
<b>Evaluation</b>	3,2	1,1
<b>Requirements Engineering</b>	3,0	1,3
<b>User Research</b>	2,9	1,2
<b>Usability Testing</b>	2,9	1,2

Tabelle 3: Mittleres Arbeitspensum in verschiedenen Aufgabenbereichen (1=nie, 5=sehr häufig)

## Momentane Position

Zur differenzierteren Erhebung der momentanen Arbeitssituation wurden die Teilnehmer im Laufe der Befragung in Arbeitnehmer und Arbeitgeber/Freiberufler geteilt. 88% der befragten UX/Usability Professionals arbeiten in einem Angestelltenverhältnis, 12% sind selbstständig tätig als Freelancer oder Unternehmensinhaber. Im Folgenden sind Kennwerte und Analysen zur Situation beider Personengruppen getrennt aufgeführt.



Abbildung 5: Verhältnis von Angestellten und Selbstständigen in der UX/Usability-Branche

## Situation der Angestellten

Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 4 bis zu 360.000 Beschäftigten ( $m=3,1$ ;  $sd=11,5$ ;  $med=100$ ). Wie Tabelle 4 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 16 - 50 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 32% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, die mit durchschnittlich 38% auch den größten Anteil an Beschäftigten im Bereich UX/Usability stellen. Insgesamt beschäftigt sich im Schnitt ein Anteil von 19% ( $sd = 28,3$ ) der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability.

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX/Usability Beschäftigte
<b>1-15</b>	6%	14%
16-50	32%	38%
<b>51-100</b>	12%	17%
<b>101-1000</b>	30%	11%
<b>1001-1000</b>	12%	1%
<b>&gt;10000</b>	8%	3%

*Tabelle 4: Teilnehmerverteilung und UX/Usability-Beschäftigte nach Unternehmensgröße*

Auf die Frage "Beschäftigen Sie sich hauptsächlich mit der Verbesserung "eigener" Produkte (unternehmensintern) oder der Produkte von Auftraggebern?" gaben 46% der Befragten an, sich vorwiegend mit eigenen Produkten zu beschäftigen, während bei 54% der Fokus eher auf der Verbesserung fremder Produkte liegt.

Wie im Vorjahr war die häufigste genannte Berufsbezeichnung die des "Usability Engineer" mit 10,6%, diesmal gleichauf mit "User Experience Consultant" und gefolgt vom "User Interface Designer" mit 6,6%. Bemerkenswert ist an dieser Stelle die Diversität in den Berufsbezeichnungen (siehe Abbildung 6). Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen des letzten Jahres basieren, nutzten 110 der 226 Teilnehmer die Möglichkeit, einen alternativen Jobtitel anzugeben. Die hierbei meistgenannten Berufsbezeichnungen sind "User Experience Designer", "User Experience Architect", "User Experience Researcher" und "Interaction Designer".





die sich jeweils aus den meistgenannten Bezeichnungen der entsprechenden offenen Frage der letzten Jahre ergaben. Unter den 26 Unternehmensinhabern bezeichnen sich 8 Personen als "Freelancer", während weitere 8 Personen ihr Unternehmen als "Beratung" beschreiben. Weitere 4 Personen betreiben eine "Agentur", 2 Personen bezeichnen ihr Unternehmen als "Consulting" und eine Person betreibt ein "Designstudio/-büro". Beispiele für weitere Nennungen sind "Startup", "Design- und Softwareentwicklung" sowie "Softwarehersteller". Die Unternehmensgründung liegt im Schnitt 6 Jahre zurück, allerdings sind auch Inhaber ganz frisch gegründeter Unternehmen vertreten ( $sd=5,5$ ;  $min=0$ ;  $max=20$ ). 33% der Selbstständigen arbeiten allein, der Großteil beschäftigt Angestellte. In vielen Fällen (38%) beläuft sich diese Zahl allerdings auf nur einen Angestellten. Der Anteil von Selbstständigen mit zwei bis sechs Mitarbeitern liegt dieses Jahr bei 17%, Selbstständige mit 30 Angestellten und mehr bilden in diesem Jahr 13% der Stichprobe. Das größte Unternehmen hat 60 Mitarbeiter. Im Durchschnitt brauchen die Unternehmensinhaber 3,3 Monate ( $sd=2,3$ ;  $min=0$ ,  $max=6$ ) bis sie eine offene Stelle besetzen können. Als häufigste Schwierigkeit bei der Suche nach einem passenden Bewerber wird hierbei fehlendes Fachwissen im Bereich UX/Usability, beispielsweise zu Usability-Methoden, angeführt (35%), gefolgt von mangelnder Berufserfahrung (31%), überhöhten Gehaltsvorstellungen (27%) sowie der Tatsache, dass es insgesamt zu wenige Bewerber für eine Stelle gibt (19%). Weniger häufig auftretende Schwierigkeiten bei der Bewerbersuche sind fehlende Expertise in Bezug auf spezifische Programme oder Tools wie z.B. Prototyping-Tools (15%) und mangelnde Soft Skills (12%).

Die nach wie vor größte Herausforderung bei der Unternehmensgründung besteht für Unternehmer darin, potentiellen Auftraggebern die Relevanz von Usability zu vermitteln, 62% der Selbstständigen stimmen hier zu. Eine weitere Herausforderung stellt die Kontaktaufnahme zu potentiellen Auftraggebern (54%) dar, sowie die Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. die Abgrenzung von "unseriösen" Konkurrenten (42%). 31% berichten von Schwierigkeiten, bei Entwicklern Anerkennung zu finden. Weitere genannte Herausforderungen sind beispielsweise "bei Designern Anerkennung finden" oder die Tatsache, dass "zu wenige Projekte für Dienstleister" verfügbar seien und "folglich ein großer Preisruck" entstehe. Dies wird darauf zurückgeführt, dass "große Unternehmen eigene Fachabteilungen etabliert haben und keine Dienstleister mehr benötigen. Auch Usability-Consulting ist nicht mehr gefragt." Die relative Wichtigkeit der Herausforderungen hat sich somit im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert.

Die Auftragslage des vergangenen Jahres beurteilten die selbstständigen Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=nicht zufriedenstellend) bis 5 (=sehr zufriedenstellend) mit durchschnittlich 4,0 ( $sd=0,9$ ), also als eher zufriedenstellend. Damit unterscheidet sich die Bewertung des vergangenen Jahres nicht von den Erwartungen in Bezug auf die Auftragslage des aktuellen Jahres mit  $m=4,0$  ( $sd=0,9$ ).

## Arbeitszufriedenheit und Unternehmenskultur

Auf die Frage "Wie beurteilen Sie Ihre Tätigkeit im UX/Usability-Bereich im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern Ihrer (ehemaligen) Studienkollegen?" gaben die Befragten auf einer Skala von 1 (=gering) bis 5 (=hoch) für alle abgefragten Aspekte positive Einschätzungen, welche den Skalenmittelpunkt von 3 signifikant übersteigen. Die höchsten Mittelwerte ergaben sich hier für die Aspekte "Vielfalt, Abwechslung" ( $m=4,6$ ;  $sd=0,9$ ), "Spaß an der Arbeit" ( $m=4,0$ ;  $sd=0,8$ ) und "Gestaltungsspielraum/Eigenständigkeit" ( $m=4,0$ ;  $sd=0,9$ ), etwas niedriger lagen die Mittelwerte hinsichtlich "Stress/Zeitdruck" ( $m=3,6$ ;  $sd=1,0$ ), "Weiterbildungsmöglichkeiten" ( $m=3,5$ ;  $sd=1,0$ ) und "Gehalt" ( $m=3,3$ ;  $sd=1,0$ ). Alles in allem scheinen die Befragten also mit dem eingeschlagenen Weg in Richtung UX/Usability zufrieden und haben das Gefühl in der richtigen Branche gelandet zu sein.

Der Arbeitszeitanteil der tatsächlich für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability genutzt wird liegt bei durchschnittlich 54%, der Median bei 75%, d.h. die Hälfte der Befragten können sich zu 75%-100% ihrer Arbeitszeit reinen UX/Usability-Tätigkeiten widmen. Zur Frage nach dem Anteil der Vorschläge zur Verbesserung von UX/Usability der tatsächlich realisiert wird, reichen die Einschätzungen der Befragten von 0% bis 95%, der Mittelwert liegt hier bei 54% und der Median bei 60%. Mit zunehmender Berufserfahrung werden die Einschätzungen positiver ( $r=.16^*$ ), bedeutsam ist außerdem die Art der Aufgabenschwerpunkte: Besonders positive Einschätzungen kommen von Teilnehmern mit Aufgabenschwerpunkten im Bereich UX Design ( $r=.23^*$ ) und User Research ( $r=.19^{**}$ ) sowie allgemein von Teilnehmern die einen hohen Anteil ihrer Zeit für Aufgaben im Bereich UX/Usability aufwenden können ( $r=.39^{**}$ ). Eine Analyse von Zusammenhängen zwischen geschätzter Realisationsrate und Angaben zu den häufigsten Problemen in UX/Usability-Projekten zeigt, dass die Nicht-Umsetzung von Vorschlägen oftmals im Zusammenhang mit Transferverlusten im Entwicklungsprozess steht – dies betrifft sowohl den Transfer von Konzept zu Design ( $r=-.16^*$ ), von Konzept zu Entwicklung ( $r=-.13^*$ ) als auch von Konzept zu Kunde ( $r=-.14^*$ ).

Unter den UX/Usability Professionals die in einem Angestelltenverhältnis arbeiten, wurden außerdem die Arbeitszufriedenheit und wahrgenommene Unternehmenskultur beim momentanen Arbeitgeber erfragt.

63% der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber eher/sehr zufrieden, 15% sind eher/sehr unzufrieden, 22% beantworteten die Frage neutral. Spezifische Aspekte positiver Unternehmenskultur wurden in Anlehnung an das Great Place to Work Modell ([greatplacetowork.de](http://greatplacetowork.de)) erfasst, welches die Dimensionen "Glaubwürdigkeit", "Respekt", "Fairness", "Stolz" und "Teamgeist" unterscheidet. Die Dimensionen wurden auf einer Skala von 1 (=sehr unzufrieden) bis 5 (=sehr zufrieden) mit jeweils drei Items erfasst, die Werte der internen Skalenkonsistenz waren zufriedenstellend (Cronbachs Alpha .77-.87). Mit Ausnahme der Dimension "Glaubwürdigkeit" liegen die Mittelwerte für alle Dimensionen signifikant über dem Skalenmittelpunkt (=3). Am positivsten wird von den Angestellten der "Teamgeist" beurteilt (z.B. Vertrautheit im Team, man selbst sein können, sich aufeinander verlassen können;  $m=3,9$ ;  $sd=0,9$ ). Für die Dimension "Glaubwürdigkeit" (z.B. Integrität des

Managements, klare Visionen, Einhaltung von Versprechungen) liegt der Mittelwert mit 3,1 (sd=1,1) nur im neutralen Bereich – gleichzeitig findet sich für die "Glaubwürdigkeit" die stärkste Korrelation zur Gesamtzufriedenheit ( $r=.72^{**}$ ). Es scheint also besonders wichtig, den Aspekt der Glaubwürdigkeit gezielt zu stärken. Ansatzpunkte sind hier beispielsweise die Schaffung verbesserter Möglichkeiten des wechselseitigen Dialogs zwischen Management und Mitarbeitern, eine klare Kommunikation von Erwartungen und konsistente Äußerungen seitens der Führungskräfte, sowie eine gute Mitarbeiterkoordination mit sinnvollen Aufgabenzuweisungen.

Erfasst wurde außerdem die wahrgenommene organisationale Unterstützung von Innovation, zum Einsatz kam hier die "Support for Innovation Scale" (Scott & Bruce, 1994; 13 Items auf einer 5er Skala; Cronbachs Alpha .91). Mit einem Mittelwert von 3,6 (sd=0,7) liegt die Innovationsunterstützung im oberen Skalenbereich. Die Korrelation zur Gesamtzufriedenheit liegt bei  $.63^{**}$ . Das bedeutet, dass Unterschiede in der Zufriedenheit der Angestellten zu 40% durch die organisationale Unterstützung von Innovation erklärt werden können, was angesichts vieler weiterer Faktoren für Zufriedenheit ein bemerkenswerter Anteil ist. Es besteht außerdem eine positive Korrelation zur Einschätzungen bezüglich des Anteils tatsächlich umgesetzter eigener Vorschläge zur Verbesserung von UX/Usability ( $r=.34^{**}$ ).

## Verdienst

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 52.409€ (sd=17.090; min=12.000; max=130.000; Berücksichtigung der Inhaber von Vollzeitstellen), und entspricht damit in etwa dem Wert vom Vorjahr (2014: 52.872€). Erfragt wurden außerdem etwaige Gehaltserhöhungen zum Vorjahr auf individueller Ebene, hier reichen die Angaben von 0 € bis 20.000 €. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 3.614€ (sd=3.929) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 3.000€. Wichtigster Gehaltsprädiktor ist die Berufserfahrung im Bereich UX/Usability ( $r=.64^{**}$ ).

Tendenziell höhere Gehälter finden sich außerdem in größeren Unternehmen ( $r=.17^*$ ) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in den Requirements Engineering ( $r=.32^{**}$ ), Usability Engineering ( $r=.31^{**}$ ) und Beratung/Stakeholder Management ( $r=.27^{**}$ ). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche Zusammenhänge von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.



Abbildung 7: Gehälter unter angestellten UX/Usability Professionals

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 63€ (min=11; max=80; sd=19), der mittlere Tagessatz bei 697€ (min=500; max=1.000; sd=189) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 154 Tagen pro Jahr (min=70; max=365; sd=64).



Abbildung 8: Stundensätze unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals

## Aktuelle Trends und Herausforderungen im UX/Usability-Bereich

Zur Frage nach besonders begeisternden Entwicklungen und Trends im Bereich interaktive Produkte und Interaktionstechniken sind die meistgenannten Schlagwörter Virtual Reality (insb. Oculus Rift), Responsive Design, Smart Home, Mobile Design, Medienstreaming-Dienste (insbesondere Netflix), Lean UX, Internet of Things, Wearables, Apple Watch, Google Glass, Flat Design und die Erweiterung durch Google Material Design, sowie Fitness & Health Gadgets.

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmern als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends: Das mit Abstand meist genannte Schlagwort ist hier (schlechtes) Flat Design, gefolgt von Smart Watches (insb. Apple Watch) und Fitness & Health Gadgets, Google Glass, Facebook, Smart Home, Kachel Design, Parallax Scrolling. Beispiele weiterer Nennungen sind das "Sharing von Tracking-Daten", "die sogenannte Apple-Experience", "zu große Handy-Displays" oder "Grafiken, die den

Gegenstand und die Teildomänen des Themas User Experience beschreiben, kann ich echt nicht mehr sehen."

Zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential sehen die Teilnehmer hingegen im B2B-Bereich. Zahlreiche Teilnehmer beklagen, dass UX/Usability sich zu lange auf den Consumer Bereich fokussiert hat, insbesondere auch der klinischen Bereich wird häufig als zukunftsträchtiges Feld für UX/Usability Professionals genannt. Beispiele weiterer Nennungen sind "Besseres Verständnis von und Zusammenarbeit mit anderen Berufszweigen", "Nutzen von UCD in der Wirtschaft bekannt machen" sowie "Bereitschaft des Managements die Entwickler zum Kunden zu schicken" oder auch "Geräte, die das Bastlerherz höher schlagen lassen (z.B. Raspberry Pi)".

## Unternehmen der Branche

Auf die Frage "*Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Usability/UX denken?*" waren die meistgenannten Unternehmen UID (85), Ergosign (32), Artop (30), eResult (28), Centigrade (26), GfK SirValUse (26), Conze (14), Bosch (11), Fraunhofer (10), usability.de (10) und USEEDS (10). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Befragten genannt.

### Danksagung

Herzlichen Dank an alle Branchenreport-Teilnehmer, ohne deren Bereitschaft der vorliegende Report nicht möglich gewesen wäre. Außerdem ein großes Dankeschön an Tim Keißelt für die kreative Unterstützung bei der Erstellung der Abbildungen!

### Literatur

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.

*Great Place to Work (2015). Das Great Place to Work Modell. Retrieved from [http://www.greatplacetowork.de/storage/documents/GPTW\\_Modell.pdf](http://www.greatplacetowork.de/storage/documents/GPTW_Modell.pdf)*