

Branchenreport UX/Usability 2020

Stefan Tretter
stefan.tretter@lmu.de
Department Psychologie
LMU München
München, Deutschland

Sarah Diefenbach
sarah.diefenbach@lmu.de
Department Psychologie
LMU München
München, Deutschland

Daniel Ullrich
daniel.ullrich@ifi.lmu.de
Institut für Informatik
LMU München
München, Deutschland

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2020 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, Tätigkeitsbereiche) im zeitlichen Verlauf.

KEYWORDS

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

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. Die Befragung umfasst unter anderem Daten bezüglich Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Projektschwerpunkten und Kennzahlen zum aktuellen Arbeitgeber oder der eigenen Unternehmung, spezifische Fragen einzelner German UPA Arbeitskreise wie beispielsweise die Erhebung eingesetzter User Research Methoden sowie subjektive Bewertungen zu Zufriedenheit, Unternehmenskultur und wahrgenommenen Herausforderungen. Zusätzlich bietet der Branchenreport einen Überblick über die Einschätzung aktueller Trends und potenzieller Entwicklungsfelder in der Branche. So ermöglicht der Branchenreport Interessierten, die eine Tätigkeit im Usability- bzw. User Experience-Bereich in Erwägung ziehen, einen aufschlussreichen Einblick in die aktuelle Arbeitssituation, 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 Juni. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 355 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. 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.

2 DEMOGRAFIE

53% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich und 47% weiblich, was den langjährigen Trend zu einer ausgeglichenen Verteilung zwischen den Geschlechtern fortsetzt. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 37 Jahren ($sd=8,3$; $min=22$; $max=59$). Was die regionale Verteilung der Befragten angeht ist das meist vertretene Bundesland mit 24% Bayern, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (17%), Baden-Württemberg (17%), Hamburg (9%), Berlin (8%) und Hessen (6%). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 5%. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 8,5 Jahren ($sd=6,6$; $min=0$; $max=33$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 10,5 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 6,2 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 39,2 Jahren signifikant älter als Frauen mit 33,8 Jahren. Bei der Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, variierten die Angaben im gesamten Spektrum von 1% bis 100%. Der Median liegt bei 90% (Mittelwert $m=79$; $sd=25$).

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 36% der Master-Abschluss und liegt damit wie auch schon in den Vorjahren vor dem Diplom-Abschluss (27%). Weitere 25% verfügen über einen Bachelor- und 5% über einen Magister-Abschluss. 5% der Teilnehmer haben promoviert (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds

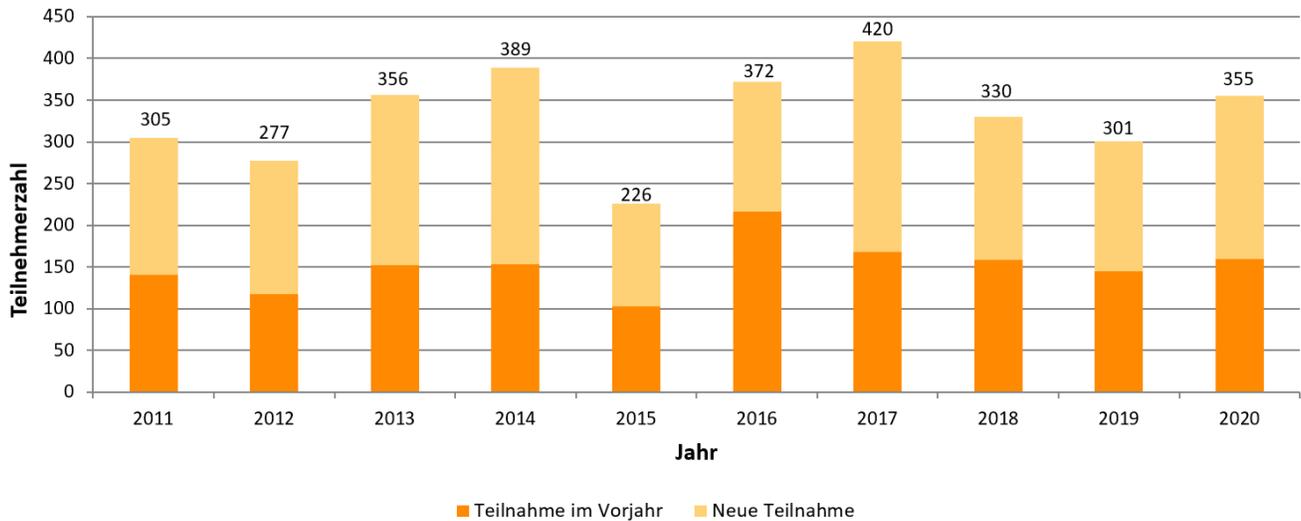


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind erneut Psychologie (14%), Informatik (12%), Medieninformatik (12%), Kommunikationsdesign (9%), Human-Computer-Interaction (7%) und Digitale Medien (6%). Ganze 27% gaben einen Studiengang an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war, wie beispielsweise Architektur, Biologie, Journalistik oder Textil-Design, was erneut die Diversität des Berufsfeldes verdeutlicht. Der mit Abstand am häufigsten genannte Ausbildungsberuf ist wie in den Vorjahren die Ausbildung zum/zur Mediengestalter/in (7%), gefolgt von der Ausbildung zum/zur Fachinformatiker/in (2%). Auch hier zeigt sich die Heterogenität des Berufsfeldes, 15% gaben einen Ausbildungsberuf an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten waren. Die

häufigste UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung ist die Ausbildung zum „Certified Professional for Usability and User Experience“ (115 Personen). Weitere Titel waren „UX & Usability Expert“ (33 Personen), „Usability Engineer“ (26 Personen) und „Usability Consultant“ (12 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 60 Personen), das artop Institut Berlin (34 Personen), das XDi – Experience Design Institut (16 Personen), die Usability Academy (15 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (9 Personen). 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). Die größte Rolle spielt weiterhin Training on the job bzw. der alltägliche Austausch mit Kollegen (82%). Ebenfalls für mehr als die Hälfte der Befragten von hoher Relevanz sind fachspezifische Websites, Blogs und Newsletter (64%) sowie fachspezifische Konferenzen und andere Veranstaltungen (51%). Für 36% sind Fachbücher unter den Top 3 der Weiterbildungsaktivitäten, für 35% spezifische Weiterbildungsangebote und Zusatzqualifikationen. Ihr Studium sahen lediglich 9% der Professionals unter den wichtigsten Quellen für den Wissenserwerb. Auf die offene Frage nach weiteren besonderen Empfehlungen für UX/Usability-Wissen wurden u.a. genannt: Der World Usability Day, die Winter School der German UPA, die Onlinekurse der Interaction Design Foundation, die Blogbeiträge der Nielsen Norman Group sowie die von der German UPA angebotenen Webinare.

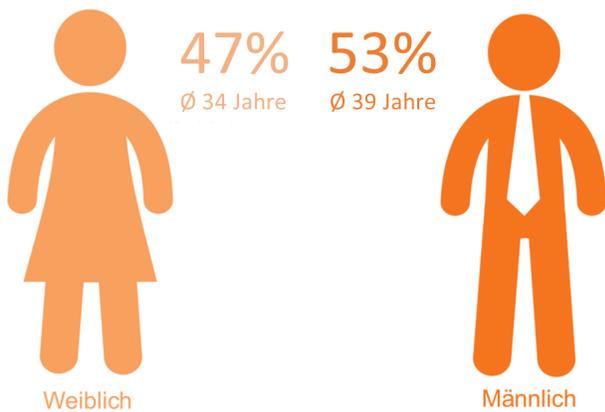


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis

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 (30%), Automobil (25%), e-Commerce (22%), Finanzdienstleistung (22%), Öffentlicher

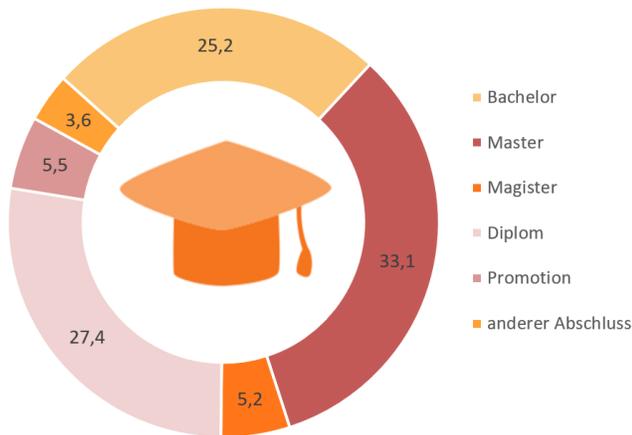


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

Dienst/Behörden (17%), Medizin und Pflege (17%), Elektronik (7%), Hochschule und Lehre (7%), Unterhaltung und Spiele (6%), Bauen und Wohnen (5%), Food/Fast moving consumer goods (5%), sowie Touristik (4%). Deutliche Änderungen gegenüber dem Vorjahr sind bei der Häufigkeitsverteilung der verschiedenen Branchen hierbei nicht ersichtlich, wobei die Branche Öffentlicher Dienst/Behörden in 2019 noch nicht erhoben wurde. Beispiele weiterer Nennungen sind Versicherung, Telekommunikation, Sport/Entertainment, Pharma, Luftfahrt und Marktforschung.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Bereich Business-to-Business (71%) waren wie auch schon im Vorjahr häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer Bereich (61%); 45% der Befragten arbeiten für interne Kunden/Mitarbeiter die Zielgruppe. Beispiele weiterer genannter Ziel-/Nutzergruppen sind Schüler, Bewerber, Ehrenamtler sowie die HCI Community.



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

Bezüglich der relevanten Endgeräte (Mehrfachnennungen möglich) betrifft ein Großteil der Projekte weiterhin klassische Desktop-Anwendungen (88%), gefolgt von Anwendungen für Mobile Devices (74%), wobei jedoch auch häufig gar nicht mehr zwischen Desktop- und Mobile-Anwendungen getrennt wird. So ist die Anforderung der Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design) mittlerweile Standard geworden und wird wie auch bereits im Vorjahr von rund 60% genannt. Auch die Rolle von spezifischen Tablet-Anwendungen ist mit 57% gegenüber dem Vorjahr unverändert. Beispiele für seltenere Nennungen, die jeweils nur von einer Person angeführt wurden, sind Smart Mirror, Messe Screens, Flugzeugsysteme oder Head Mounted Displays.

Die Relevanz verschiedener Aufgabenschwerpunkte wurde anhand einer 5-er-Ratingskala abgefragt (1 =nie, 2=selten, 3=ab und zu, 4=häufig, 5=sehr häufig). Die Analyse der Mittelwerte erlaubt somit eine Abschätzung der relativen Bedeutsamkeit verschiedener Aufgaben im UX-Bereich unter den Befragten. An der Spitze liegt wie auch im Vorjahr Beratung/Stakeholder Management (m=3,8), gefolgt von UX Design (m=3,6) und Prototypen-Entwicklung (3,5). Mit etwas Abstand folgen mit jeweils ähnlicher Relevanz und Mittelwerten zwischen 3,0 und 3,3 die Aufgabenbereiche Evaluation, User Research, Requirements Engineering und Usability Testing und Usability Engineering. Mit einem Mittelwert von 2,8 bildet der Aufgabenschwerpunkt Grafische Gestaltung innerhalb der abgefragten vorgegebenen Aufgabenschwerpunkte das Schlusslicht.

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 eine Bewertung von 1 (=eher unproblematisch) bis 5 (=große Herausforderung) gebeten. Die am problematischsten erlebten Aspekte sind Qualitätssicherung (m=3,5), Analyse/User Research (m=3,4), Transfer von Konzept zu Entwicklung (m=3,5) sowie Transfer von Konzept zu Kunde (m=3,1). Weniger Probleme treten typischerweise hinsichtlich der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten (m=2,6), des Transfers von Konzept zu Design (m=2,7), sowie hinsichtlich der Persona Entwicklung (m=2,7) auf. Deutliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind hierbei nicht zu verzeichnen. Beispiele weiterer genannter Herausforderungen sind der DIY-Trend in Unternehmen, welcher den Einbezug externer Dienstleister in Frage stellt, sowie das „fehlende Selbstbewusstsein der Zielgruppe“ bzw. der Wunsch, dass User Usability einfordern sollten statt dem „Ich bin zu blöd“-Reflex zu verfallen. Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert (m=57%; sd=24; min=1%; max=100%), was einem leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2019: 53%) entspricht.

Die Bewertung ihrer Tätigkeit in der UX/Usability-Branche im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern ehemaliger Studien-/ Ausbildungskollegen fällt unter den Befragten insgesamt positiv aus: Die Mittelwerte auf der 5er-Skala (1=gering, 5=hoch) liegen für alle abgefragten Aspekte über dem Skalenmittelpunkt, am positivsten fallen die Bewertungen für die Aspekte Vielfalt/Abwechslung, Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit sowie allgemein Spaß an der Arbeit aus (jeweils m=4,2). Etwas weniger optimistisch aber positiver als im Vorjahr und immer noch im oberen Skalenbereich liegen die Einschätzungen für Weiterentwicklungsmöglichkeiten (m=3,7), Stress/Zeitdruck (m=3,6) und das Gehalt (m=3,6).

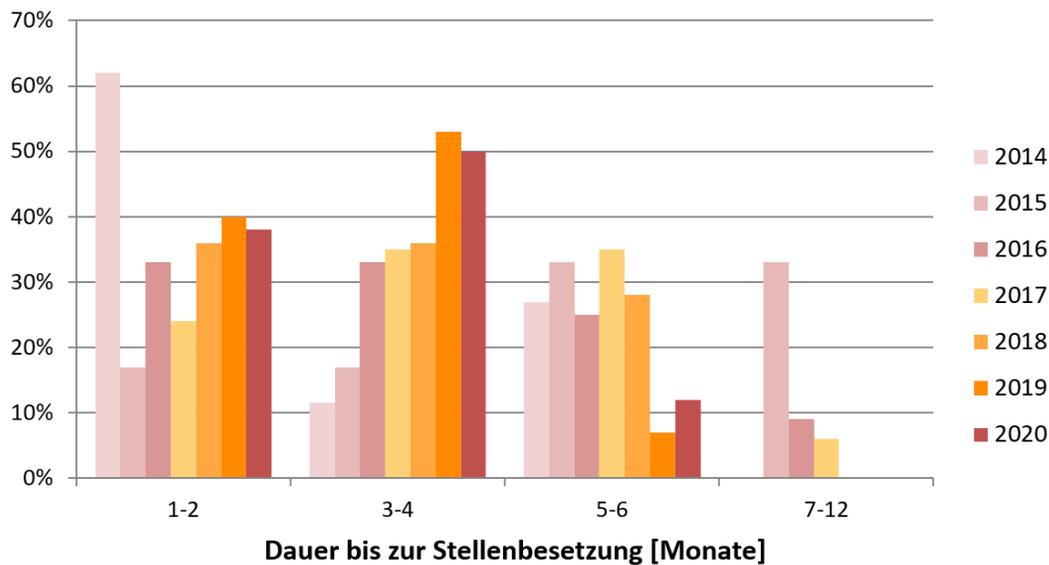


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2013 bis 2019

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 12% der Teilnehmer umfasst, während sich 86% der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2019: 11% vs. 88%). 2% 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. Die jeweils wählbaren Antwortoptionen beruhen stets auf den meistgegebenen Antworten der letzten Jahre.

5.1 Situation der Selbstständigen

42 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil. 42% der Selbstständigen arbeiten als „Freelancer“, während jeweils 17% ihre Unternehmung als „Consulting“ bzw. „Designstudio/-büro“ bezeichnen. 12% führen eine „Beratung“, wohingegen 5% eine „Agentur“ betreiben. 7% nahmen die Chance wahr, eine andere Bezeichnung für ihr Unternehmen anzuführen, darunter u.a. „Ingenieurbüro“, „Research“ und „Kooperative“. Insgesamt ist im Vergleich zum Vorjahr der Anteil an Inhabern von Designstudios/-büros deutlich höher (2019: 3%), während Agenturen wesentlich weniger (2019: 19%) und Entwicklungsunternehmen (Software- und/oder Hardwarehersteller) überhaupt nicht vertreten sind.

Die Unternehmen sind durchschnittlich 11 Jahre alt (2019: 10 Jahre), wobei das Alter der Unternehmen naturgemäß stark variiert ($sd=6,0$). Das älteste der oben genannten Unternehmen wurde bereits vor 23 Jahren gegründet, das jüngste besteht seit zweien. 22% der Selbstständigen arbeiten allein (2019: 26%; 2018: 15%; 2017: 20%; 2016: 30%), in etwa der Hälfte der Fälle besteht die Belegschaft aus

einem (42%) oder zwei (11%) Angestellten. Dies ähnelt den Angaben von 2018, während sich dieser Anteil im letzten Jahr lediglich auf ein Viertel belief. Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit 5 oder weniger Mitarbeitern bei 83%, hinzu kommen Unternehmen mit jeweils 15, 22, 30, 32, 45 und 1200 Mitarbeitern, die zusammen die übrigen 17% der Stichprobe ausmachen. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 2,9 Monate ($sd=1,4$), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 5), als Maximum wurden 6 Monate angegeben (2019: $m=2,7$; $sd=1,5$; $max=6$; 2018: $m=3,0$; $sd=1,8$; $max=6$; 2017: $m=4,4$; $sd=4,0$; $max=18$).

Die beiden meistgenannten Gründe für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern sind in diesem Jahr erneut das „fehlende Fachwissen im Bereich UX/Usability“ (2019: 28%; 2018: 53%) und „überhöhte Gehaltsvorstellungen“ (2019: 25%; 2018: 47%) mit jeweils 29%. Mit 19% etwas weniger häufig wurde das Problem genannt, dass es „insgesamt zu wenig Bewerber auf eine Stelle“ gibt (2019: 22%; 2018: 58%). Auf dem geteilten vierten Platz liegen „mangelnde Berufserfahrung“ (2019: 22%; 2018: 58%) und „mangelnde Soft-Skills“ (2019: 22%; 2018: 26%), die von 12% der Inhaber genannt wurden. Wieder etwas gestiegen zeigte sich hier die „fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools“ mit 10% (2019: 3%; 2018: 16%). Weitere genannte Probleme waren die „instabile Auftragslage“, „falsche Vorstellungen von der Art der Arbeit“ und ein „extremer in-house Trend bei großen Unternehmen, der Dienstleistung unattraktiv für Bewerber macht“. Die erfolgreichsten Wege zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem persönliche Netzwerke und Beziehungen, etwas seltener Ausschreibungen auf Websites und Jobportalen. Empfehlungen sowie der Zufall fanden ebenfalls Erwähnung.

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens darin, die Investitionsbereitschaft der Auftraggeber zu erhöhen (69%; 2019: 47%; 2018: 40%), gefolgt von der Schwierigkeit potenziellen

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2008 - 2020

Nr.	2008-2010	2011-2015	2016-2018	2019	2020
1.	Information Architect	Usability Engineer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer
2.	User Interface Designer	User Experience Consultant	User Experience Consultant	User Experience Consultant	User Experience Consultant
3.	Usability Engineer	User Interface Designer	Usability Engineer	Usability Engineer	Usability Engineer
4.	Concept Developer	User Experience Designer	Wissenschaftl. Mitarbeiter	User Experience Researcher	Wissenschaftl. Mitarbeiter
5.	User Experience Consultant	Usability Consultant	User Experience Researcher	User Interface Designer	User Experience Researcher

Auftraggebern überhaupt erst die Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen zu vermitteln – 60% der Befragten stimmten hier zu (2019: 75%; 2018: 57%). Mit etwas Abstand liegen dahinter die Probleme eine Balance zwischen User Goals und Business Goals zu finden mit 43% (2019: 44%; 2018: 34%) und Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen mit 41% (2019: 38%; 2018: 60%). 31% sehen eine Herausforderung darin, die eigene Professionalität zu vermitteln und sich von anderen Mitbewerbern abzugrenzen (2019: 38%; 2018: 34%), während jeweils 19% zustimmen, dass es ebenso eine Schwierigkeit darstellt, bei Entwicklern Anerkennung zu finden (2019: 19%; 2018: 17%) sowie entwickelte Konzepte und Umsetzungsvorschlägen auch zu realisieren (2019: 16%; 2018: 34%).

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=1,1), also als eher zufriedenstellend und im Bereich der vergangenen Jahre (2019: m=4,0; sd=1,1; 2018: m=3,7; sd=1,2). Im Hinblick auf das kommende Jahr sind die Teilnehmer deutlich pessimistischer mit einer Einschätzung von 2,9 (sd=1,4) im Durchschnitt (2019: m=4,0; sd=1,0).

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 26% der Antworten (Tabelle 1). Auf dem zweiten und dritten Rang folgen wie zuletzt der „User Experience Consultant“ (12%) und der „Usability Engineer“ (6%).

Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 39% der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier treten u.a. „User Experience Manager“ und „Design Engineer“ in relevanter Häufung auf. In der Gesamtbetrachtung scheinen sich trotz der grundsätzlichen Vielfalt die meistgenannten Berufsbezeichnungen im Vergleich zu den Anfangsjahren des Branchenreports stabilisiert zu haben.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 5,0 Jahren (sd=5,4; min=0; max=28; med=3) angestellt. 22% der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2019: 21%; 2018: 18%) für im Schnitt 8 Mitarbeiter (min=1; max=40; med=4). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 2 bis zu 670.000 Beschäftigten (med=250; m=29.798; sd=96.941). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 33% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei der Anteil der Angestellten, der sich mit UX/Usability beschäftigt, in diesen Unternehmen bei 12% liegt. Dieser Prozentsatz ist in diesem Jahr am größten in der Gruppe der kleinsten Unternehmen (1 - 15 Mitarbeiter) - 62% sind hier UX/Usability Professionals. Die zuvor genannten Verhältnisse

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

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX/Usability Professionals
1-15	5% (9%)	62% (38%)
16-50	19% (25%)	44% (53%)
51-100	9% (9%)	21% (27%)
101-1.000	33% (32%)	12% (23%)
1.001-10.000	16% (15%)	2% (4%)
>10.000	18% (10%)	1% (8%)



Abbildung 6: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

bezüglich der Unternehmensgröße zeigen sich über die vergangenen Jahre durchaus stabil, während der Anteil der UX/Usability Professionals in der Belegschaft kleinerer Unternehmen merklich gestiegen zu sein scheint.

Insgesamt beschäftigen sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen 20% der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability, wobei 57% (2019: 40%; 2018: 49%) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessert, während 43% (2019: 60%; 2018: 51%) mit Produkten von Auftraggebern arbeitet.

Mit erneut 95% bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 32% der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas zurückgegangen (2019: 39%; 2018: 36%; 2017: 20%; 2016: 29%). Die häufigste Antwort auf die Frage, auf welchen Stellenumfang diese Personen ihre Arbeitszeit gerne reduzieren würden, war 80%. Im Schnitt wünschten sich diese Teilnehmer sogar eine Reduktion auf 50% der aktuellen Arbeitszeit ($sd=25,7$).

Obwohl bei knapp einem Drittel der Befragten der Wunsch nach einer mehr oder weniger großen Reduktion der Stelle besteht und 35% der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeit-Modellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der derzeitige Anteil an Teilzeitstellen mit 5% dennoch sehr niedrig.

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 (2019: 66%; 2018: 61%), 17% sind eher oder sehr unzufrieden (2019: 16%; 2018: 16%). Abbildung 6 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

6 VERDIENST

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 62.818€ ($sd=18.290$; $min=30.000$; $max=115.000$; $med=60.000$; 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 60.000€. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 5.084€ ($sd=8.251$) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 3.000€.

Tendenziell höhere Gehälter finden sich in größeren Unternehmen ($r=.31$) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkt Beratung/Stakeholder Management ($r=.24$) oder Requirements Engineering ($r=.18$), während UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkt Grafische Gestaltung ($r=-.11$) oder UI-Programmierung ($r=-.21$) tendenziell geringere Gehälter erhalten. Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche die jeweilige Berufserfahrung berücksichtigen.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/ Usability Professionals liegt bei 92€ ($sd=29$; $min=55$; $max=170$), der mittlere Tagessatz bei 727€ ($sd=261$; $min=440$; $max=1500$) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 141 Tagen pro Jahr ($sd=68$; $min=30$; $max=300$). Hochgerechnet auf das ganze Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 98.507€ ($sd=42.708$; $min=17.600$; $max=180.000$). Allerdings ist zu beachten, dass aufgrund der geringen Teilnehmerzahl an Selbstständigen der angegebene Wert in hohem Maße abhängig ist von der teilnehmenden Stichprobe und nur bedingt als Referenz für das tatsächliche Feld der selbstständigen UX/Usability Professionals dienen kann.

7 AKTUELLE TRENDS, HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

Die Frage nach besonders begeisternden Entwicklungen und Trends im Bereich interaktiver Produkte und Interaktionstechniken wurde in diesem Jahr, wie auch im letzten Jahr, häufig mit Virtual und Augmented Reality, Voice Interfaces, Artificial Intelligence und gelegentlich Chatbots beantwortet. Neuere Phänomene sind insbesondere Microinteractions und Microanimations, Accessibility, ethisches und inklusives Design, Remote Testing sowie Smart Payments und Mobile Banking.

Erneut finden sich einige dieser Nennungen gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmern als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends wieder. Am häufigsten werden hier, ebenfalls ähnlich zum letzten Jahr, Chatbots genannt, aber auch Virtual und Augmented Reality, Blockchain, Artificial Intelligence und Voice Interfaces. Darüber hinaus werden auch Neomorphism bzw. Neoskeuomorphism, der Fokus auf Digitalisierung, Hamburger Menus sowie „Design Thinking“ und „Agile“ als leere Schlagwörter als überschätzt oder sogar nervig empfunden.

Noch zusätzliches Potenzial in der Zukunft sehen die Teilnehmer u.a. im stärkeren Zusammenspiel von künstlicher Intelligenz mit UX sowie der Zusammenarbeit der KI und dem User. Aber auch nachhaltiges Design, ein stärkerer Fokus auf User Research (speziell Research Ops) sowie UX Writing werden in Häufung als zukunftssträchtige Felder gesehen.

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 (74%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als wünschenswerte Änderungen angeführt (65%). Eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards wird von 26% der Teilnehmer gewünscht, 25% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und 21% 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?“ (3 Nennungen möglich) waren die meistgenannten Unternehmen UID (93), eresult (59), Ergosign (47), artop (42), Centigrade (34), usability.de (26), Datev (19), SAP (19), Bosch (18), UX&I (16) und Otto (13). Weitere Unternehmen wurden jeweils weniger als zehnmal genannt.

DANKSAGUNG

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