

Branchenreport UX/Usability 2022

Ergebnisse der jährlichen Befragung unter UX/Usability Professionals in Deutschland

Stefan Tretter

Department Psychologie
Ludwig-Maximilians-Universität
München, Deutschland
stefan.tretter@lmu.de

Daniel Ullrich

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

Sarah Diefenbach

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

Nina Gerber

Institut für Psychologie
Technische Universität Darmstadt
Darmstadt, Deutschland
n.gerber@psychologie.tu-darmstadt.de

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2022 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

Die [German UPA](#) (Berufsverband für UX und Usability) 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 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 Juni 2022. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 414 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 47 % aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 53 % bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten. Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Teilnehmerzahlen im Laufe der Jahre seit 2013, 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

48 % der befragten UX/Usability Professionals sind männlich und 51 % weiblich (Abbildung 2, was nach 2021 zum zweiten Mal eine Überzahl an weiblichen Teilnehmerinnen bedeutet. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 37 Jahren (Standardabweichung $sd=8,6$; Minimum $min=19$; Maximum $max=63$). Die Mehrzahl der Teilnehmer arbeitet in Bayern (21 %), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (19 %), Baden-Württemberg (19 %), Berlin (11 %), Hamburg (6 %) und Niedersachsen (6 %). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands belief sich jeweils auf unter 5 %. Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 9 Jahren ($sd=6,5$; $min=0$; $max=31$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 10,6 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 7,4 Jahre angaben. Diese

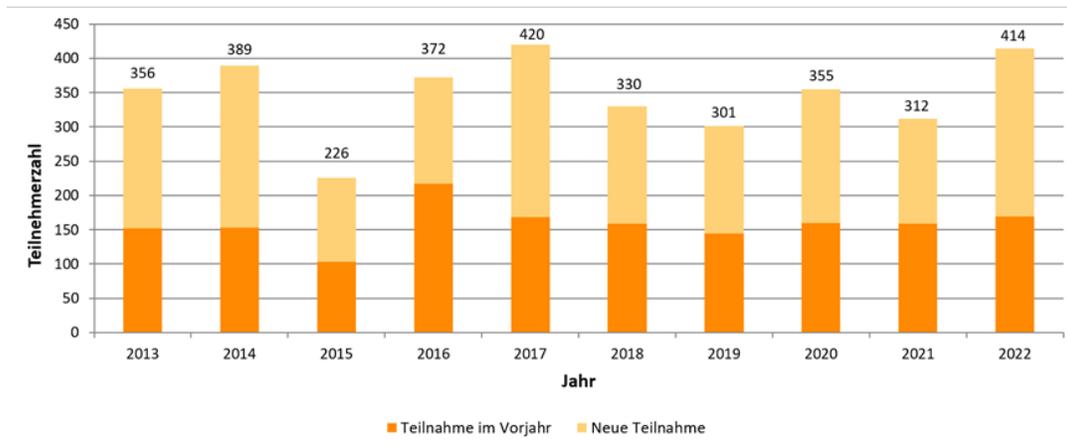


Abbildung 1: Teilnehmerzahl im Laufe der Jahre.

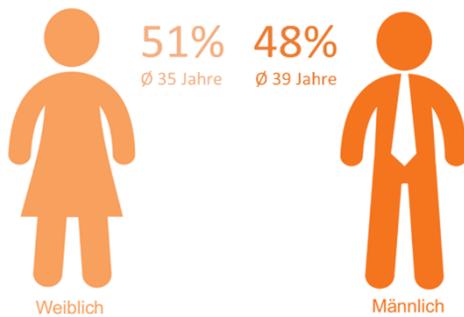


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis mit durchschnittlichem Alter.

Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 39 Jahren signifikant älter als Frauen mit 35 Jahren. Bei der Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, gingen die Antworten weit auseinander: sie reichten von 2 % bis 100 %. Der Median liegt bei 90 % (Mittelwert $m=79$; $sd=24,2$).

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 37 % der Master-Abschluss. Am zweithäufigsten wurde mit 25 % der Bachelor-Abschluss genannt, der damit zum ersten Mal (etwas) häufiger vertreten ist als das Diplom, welches mit 24 % am dritthäufigsten genannt wurde – den Unterschied hier machte lediglich eine Nennung aus. Je 4 % verfügen über einen Magister-Abschluss oder haben promoviert, 6 % nannten einen anderen Abschluss (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind Psychologie (9 %), Kommunikationsdesign (9 %), Informatik (8 %) bzw. Medieninformatik (7 %). Ganze 25 % gaben einen Studiengang

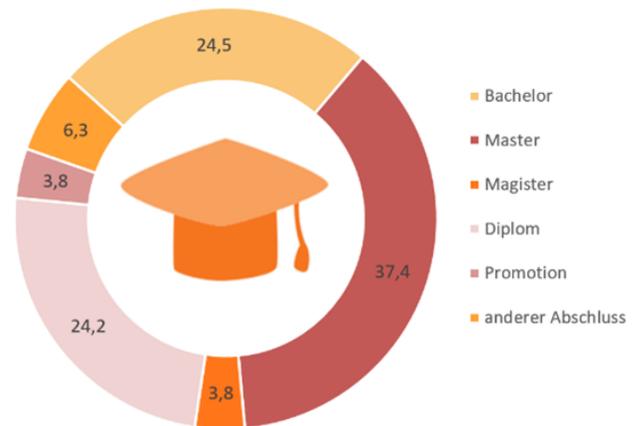


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche.

an, der nicht unter den vorgegebenen Optionen vertreten war, was die Diversität des Berufsfeldes verdeutlicht. Der mit Abstand am häufigsten genannte Ausbildungsberuf ist wie in den Vorjahren die Ausbildung zum Mediengestalter (26 %).

Von den an der Umfrage teilnehmenden Professionals, die eine UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung absolvierten, schlossen diese in mehr als der Hälfte der Fälle (56 %) mit dem Titel „Certified Professional for Usability and User Experience“ (156 Personen) ab. Weitere Titel waren „UX & Usability Expert“ (30 Personen), „Usability Engineer“ (25 Personen) und „Usability Consultant“ (7 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 76 Personen), das artop Institut Berlin (33 Personen) sowie die Usability Academy (15 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



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb.

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, Podcasts und Hörbücher, Videoplattformen (z.B. YouTube und Vimeo), Social-Media-Kanäle (z.B. Twitter und LinkedIn) sowie Webinare. Angemerkt wurde, dass die Qualität von zahlreichen Blogs und Websites stark schwankt und somit eine kritische Auseinandersetzung mit den angebotenen Informationen empfehlenswert ist.

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 (34 %), Finanzdienstleistung (26 %), e-Commerce (25 %), Automobil (20 %), Medizin und Pflege (19 %), Öffentlicher Dienst/Behörden (18 %), Bauen und Wohnen (9 %), Elektronik (9 %), Hochschule und Lehre (8 %), Unterhaltung und Spiele (5 %), Food/Fast moving consumer goods (4 %), Touristik (3 %), 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 Data Science.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business-Bereich (77 %) waren wie auch schon im Vorjahr häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (61 %); 42 % der Befragten arbeiten für interne Kunden/Mitarbeiter als Zielgruppe. Beispiele weiterer genannter Ziel- und Nutzergruppen sind Studierende, Facility Managers und Genossenschaften.

Bezüglich der relevanten Endgeräte (Mehrfachnennungen möglich) betrifft ein Großteil der Projekte weiterhin klassische Desktop-Anwendungen (88 %), gefolgt von Anwendungen für Mobile Devices (72 %) und Tablets (51 %). Häufig wird jedoch auch nicht mehr

zwischen Desktop- und Mobile-Anwendungen getrennt. So ist die Anforderung der Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design) mittlerweile Standard geworden und wird wie auch bereits in den Vorjahren von mehr als der Hälfte der Befragten (52 %) genannt. Jeweils 8 % entfallen auf Automobile und Haushaltsgeräte, während 19 % der Teilnehmer Anwendungen für anderweitige Endgeräte wie Terminals und medizinisches Equipment gestalten. Beispiele für seltenere Nennungen sind TV, Embedded Devices, Smart Speaker und Spielekonsolen.

Die Relevanz verschiedener Aufgabenschwerpunkte wurde anhand einer 5er-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 ($m=3,6$). Etwas dahinter liegen beinahe gleichauf UX Evaluation ($m=3,3$), User Research ($m=3,3$) und Prototypen-Entwicklung ($m=3,3$). Usability Testing ($m=3,2$) und Requirements Engineering ($m=3,0$) liegen noch in der oberen Hälfte der Skala, Information Architecture ($m=3,0$) und Usability Engineering ($m=2,9$) darunter. Hierauf folgen noch zunächst grafische Gestaltung ($m=2,8$) und dann mit deutlichem Abstand UI-Programmierung ($m=1,5$).

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 Analyse/User Research ($m=3,6$), Qualitätssicherung ($m=3,5$), Transfer von Konzept zu Entwicklung ($m=3,4$) sowie Transfer von Konzept zu Kunde ($m=3,2$). Weniger Probleme treten typischerweise hinsichtlich der Persona-Entwicklung ($m=2,8$), der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten ($m=2,6$) sowie im Transfer von Konzept zu Design ($m=2,5$) auf. Deutliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind hierbei nicht zu verzeichnen, außer einem Tausch an der Spitze der beiden problematischsten Aspekte. Beispiele weiterer genannter Herausforderungen sind Verständnis und Bewusstsein für nutzerzentrierte Gestaltung zu schaffen, sowie das zur Verfügung stehende Budget, das Zeitmanagement und Rollenkonflikte innerhalb einer bzw. zwischen Personen. Im Mittel schätzen die Befragten, dass von den von ihnen gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability etwas mehr als die Hälfte realisiert wird ($m=55$ %).

Die Bewertung ihrer Tätigkeit in der UX/Usability-Branche im Vergleich zu typischen Tätigkeitsfeldern ehemaliger Studien- bzw. 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 ($m=4,2$), Gestaltungsfreiraum/Eigenständigkeit ($m=4,2$) sowie allgemein Spaß an der Arbeit aus (jeweils $m=4,1$). Etwas weniger optimistisch, aber noch im oberen Skalenbereich, liegen die Einschätzungen für Weiterentwicklungsmöglichkeiten ($m=3,8$), Stress/Zeitdruck ($m=3,5$) und das Gehalt ($m=3,4$).

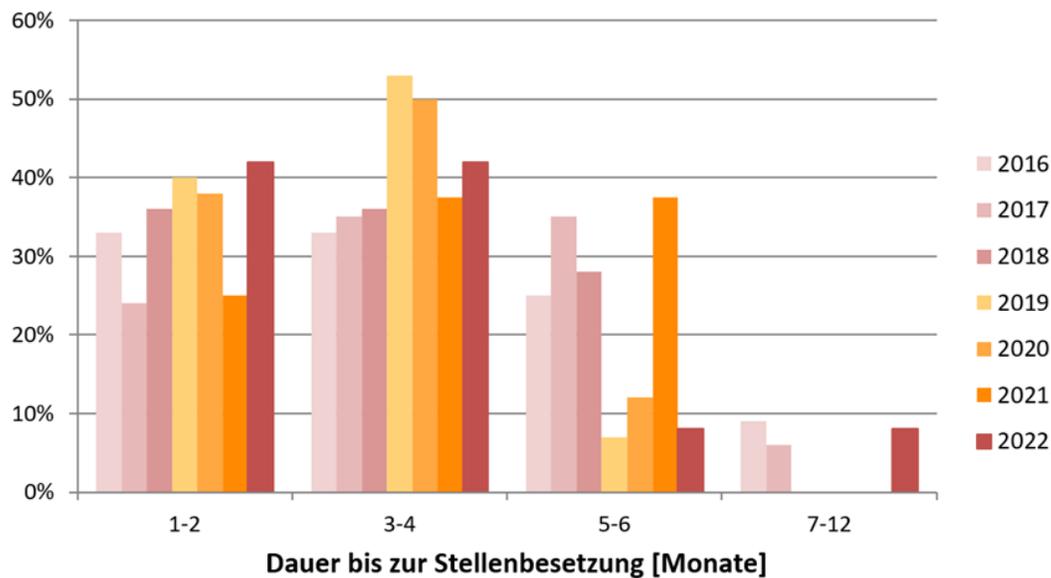


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2016 bis 2022.

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 90 % der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2021: 9 % vs. 89 %). 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.

5.1 Situation der Selbstständigen

33 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil (2021: 28). 39 % der Selbstständigen bezeichnen sich als „Freelancer“, während 18 % ihr Unternehmen als „Consulting“ bzw. 15 % als „Beratung“ beschreiben. 12 % der Antworten entfallen auf „Agentur“, 6 % auf „Designstudio/-büro“. 9 % nahmen die Möglichkeit wahr, eine andere Unternehmensbezeichnung anzuführen, darunter „Innovationsagentur“, „Konzeptionsbüro für Softwareentwicklung“ und „Product- und Innovation-Coaches“.

Das durchschnittliche Unternehmensalter liegt wie bereits in den Vorjahren bei 11 Jahren, wobei das Alter der Unternehmen naturgemäß stark variiert ($sd=8,5$). Das älteste der genannten Unternehmen wurde bereits vor 30 Jahren gegründet, das jüngste besteht seit nicht einmal einem Jahr.

31 % der Selbstständigen arbeiten allein (2021: 38 %; 2020: 22 %; 2019: 26 %), in 28 % 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, 12, 24 und 25 Mitarbeitern.

Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 3,1 Monate ($sd=1,7$), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 5), als Maximum wurden 7 Monate angegeben (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 wurde in diesem Jahr vor allem das „fehlende Fachwissen im Bereich UX/Usability“ (2022: 36 %; 2021: 14 %) kritisiert. Kurz dahinter folgen „überhöhte Gehaltsvorstellungen“ (2022: 30 %; 2021: 14 %) und gleichauf mit 27 % „zu wenig Bewerber auf eine Stelle“ (2021: 19 %) und „mangelnde Berufserfahrung“ (2021: 21 %). Weniger relevant hingegen sind „mangelnde Soft-Skills“ (2022: 6 %; 2021: 7 %) und „fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools“ (2022: 3 %; 2021: 4 %). Weitere vereinzelt genannte Probleme waren „zu wenig Macherqualitäten“ und ein „überhöhtes Ego besonders bei Berufsanfängern“. Der erfolgreichste Weg zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem „Beziehungen“ und erst in zweiter Instanz die „eigene Website“ bzw. „Jobseiten“ sowie „Events und Konferenzen“.

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens erneut – wenn auch seit Jahren abnehmend – in der „Vermittlung der Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen“ (2022: 49 %; 2021: 54 %; 2020: 60 %; 2019: 75 %), knapp dahinter eine „Balance zwischen User Goals und Business Goals“ zu finden (2022: 46 %; 2021: 54 %). Es folgen die Herausforderungen, die „Investitionsbereitschaft der Auftraggeber zu erhöhen“ (2022: 42 %; 2021: 43 %) und mit etwas Abstand mit jeweils 27 % den „Kontakt zu potenziellen Auftraggebern herzustellen“ (2021: 39 %) und die „Vermittlung der eigenen Professionalität bzw. Abgrenzung von Mitbewerbern“ (2021: 32 %). Als verhältnismäßig problematischer als im Vorjahr wird die „Anerkennung bei Entwicklern“ (2022: 21 %; 2021: 7 %) eingeschätzt, die „Realisierung der Konzepte und Umsetzungsvorschläge“ hingegen etwas geringer (2022: 18 %; 2021: 21 %). In den freien Antworten stach das Problem heraus, dass Anfragen nicht in

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2016 - 2021

Rang	2016-2018	2019	2020	2021	2022
1.	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer	UX Designer
2.	UX Consultant	UX Consultant	UX Consultant	UX Consultant	UX Consultant
3.	Usability Engineer	Usability Engineer	Usability Engineer	UX Researcher	UX Researcher
4.	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	UX Researcher	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Usability Engineer	Usability Engineer
5.	UX Researcher	User Interface Designer	UX Researcher	UX Architect	UX Architect

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

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX/Usability Professionals
1-15	4 % (4 %)	30 % (64 %)
16-50	22 % (25 %)	53 % (50 %)
51-100	11 % (9 %)	33 % (21 %)
101-1.000	32 % (29 %)	13 % (16 %)
1.001-10.000	18 % (22 %)	9 % (5 %)
>10.000	13 % (11 %)	1 % (17 %)

Projekten resultieren oder sogar bereits getroffene Vereinbarungen zur Zusammenarbeit vom Auftraggeber gekündigt werden.

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 besser als letztes Jahr (2021: m=3,4; sd=1,4; 2020: m=3,9; sd=1,1), ein Wert, der sich mit der Erwartung der Auftragslage für das kommende Jahr deckt (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 28 % der Antworten (Tabelle 1). Auf dem zweiten Rang folgt der „User Experience Consultant“ (13 %), während der „User Experience Researcher“ (9 %) erneut vor dem „Usability Engineer“ (4 %) liegt. Die Verhältnisse hinsichtlich der fünf häufigsten Berufsbezeichnungen zeigen sich damit erstmals über zwei Jahre stabil. Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten dennoch 38 % der Teilnehmer die Möglichkeit, eine anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier treten vor allem der „UX Manager“, der „UX/UI Designer“ und der „UX Professional“ in relevanter Häufung auf.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 5,2 Jahren (sd=6,0; min=0; max=33; med=3) angestellt. 21 % der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2021: 22 %; 2020: 22 %) für im Schnitt 8 Mitarbeiter (min=1; max=50; med=4,5).

Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 4 bis zu 700.000 Beschäftigten (med=250; m=15.360; sd=59.917). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe erneut die größte

Gruppe. 32 % der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei der Anteil der Angestellten, der sich mit UX/Usability beschäftigt, in diesen Unternehmen bei geschätzten 13 % liegt. Am größten ist dieser Anteil der UX/Usability Professionals in diesem Jahr in der Gruppe der Unternehmen mit 16 - 50 Beschäftigten.

Insgesamt beschäftigen sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen hinweg 25 % der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability, wobei 53 % (2021: 51 %; 2020: 57 %) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessern, während 48 % (2021: 47 %; 2020: 43 %) mit Produkten von Auftraggebern arbeitet.

Mit 91 % bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 38 % der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, zuletzt gesunken (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 80 %. Obwohl bei 38 % der Befragten der Wunsch nach einer gewissen Reduktion ihrer Stelle besteht und 44 % der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeit-Modellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der derzeitige Anteil an Teilzeitstellen mit 9 % dennoch durchaus niedrig.

68 % der Angestellten sind bei ihrem momentanen Arbeitgeber gemessen an einer 5-stufigen Skala (1=sehr unzufrieden; 5=sehr zufrieden) eher oder sogar sehr zufrieden (2021: 70 %; 2020: 65 %; 2019: 66 %), erneut 14 % hingegen sind eher oder sehr unzufrieden (2021: 14 %; 2020: 17 %; 2019: 16 %). Abbildung 6 zeigt die Entwicklung der berichteten Arbeitszufriedenheit im Laufe der letzten Jahre.

6 VERDIENST

Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt liegt in diesem Jahr bei 63.732€ (sd=16.336; min=30.000; max=102.000; Berücksichtigung der Inhaber von Vollzeitstellen, Ausschluss von Extremwerten außerhalb des 1,5-fachen Interquartilsabstandes). Erfragt wurden außerdem etwaige Gehaltserhöhungen zum Vorjahr auf individueller Ebene, hier reichen die Angaben von 0€ bis 12.000€. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Bruttojahresgehalts um 3.587€ (sd=3.249) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.500€.

Tendenziell höhere Gehälter finden sich unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkten in User Research (Korrelationskoeffizient r=.14), Evaluation (r=.13), Requirements Engineering (r=.24) und Beratung bzw. Stakeholder Management (r=.25). Auch UX/Usability Professionals, die in Unternehmen arbeiten, in denen sich nur ein geringer Anteil der Beschäftigten mit UX/Usability beschäftigt, weisen in der Regel ein höheres Gehalt auf (r=.30) ebenso wie UX/Usability Professionals, die sich hauptsächlich mit der

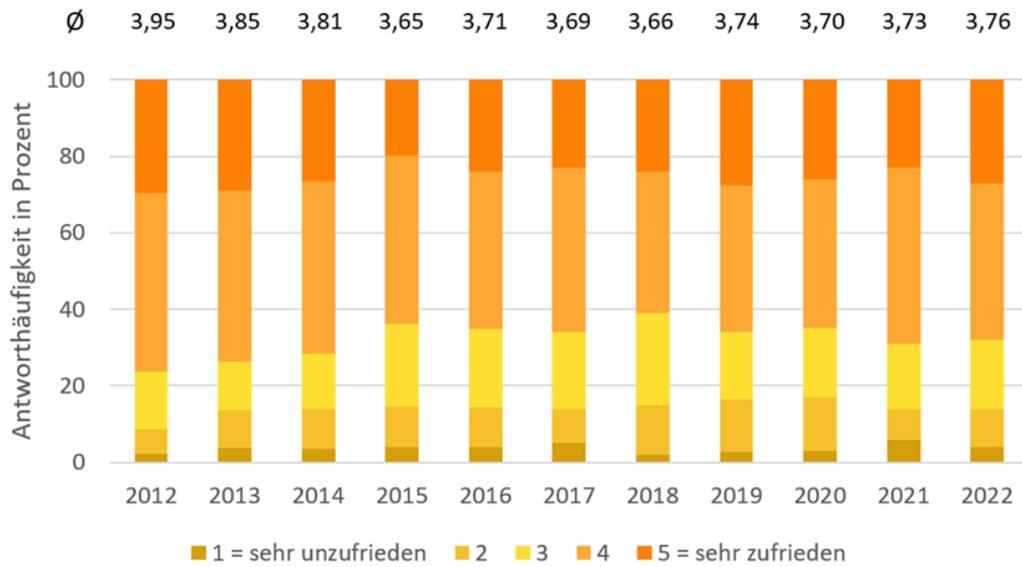


Abbildung 6: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre.

Verbesserung von unternehmensinternen Produkten beschäftigen (r=.33). Zudem besteht ein positiver Zusammenhang zwischen dem Gehalt und der Dauer der Unternehmenszugehörigkeit (r=.19) sowie dem Vorhandensein von Personalverantwortung (r=.16). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche Zusammenhänge von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 95€ (sd=19; min=60; max=132), der mittlere Tagessatz bei 800€ (sd=121; min=600; max=1.000) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 162 Tagen pro Jahr (sd=61; min=30; max=240). Hochgerechnet auf ein ganzes Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 119.982€ (sd=50.579; min=28.800; max=168.000).

7 AKTUELLE TRENDS, HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

Die Frage nach besonders begeisternden Entwicklungen und Trends im Bereich interaktiver Produkte und Interaktionstechniken wurde in diesem Jahr am häufigsten mit „Augmented Reality“ beantwortet. Weitere häufig genannte Produkte und Techniken sind Virtual Reality, Artificial Intelligence, Figma, UX Writing, sowie die Möglichkeit, remote kollaborativ zu arbeiten (Abbildung 7).

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmenden als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends. Am häufigsten werden hier Chatbots genannt, gefolgt von Artificial Intelligence, Blockchain, Krypto und NFTs (non-fungible tokens). Weiterhin als nervig empfunden werden Metaverse, Augmented Reality sowie Virtual Reality (Abbildung 8).

Zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potential sehen die Teilnehmenden dieses Jahr am häufigsten im Bereich Barrierefreiheit und Inklusion. Weiteres Potential liegt für die Teilnehmenden in der



Abbildung 7: Das begeistert UX/Usability Professionals 2022.



Abbildung 8: Das nervt UX/Usability Professionals 2022.

nachhaltigen Gestaltung von Produkten, den Anwendungsfeldern Augmented Reality und Artificial Intelligence, sowie im Bereich User Research.

Welche Änderungen in der Branche die Teilnehmenden 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 Teilnehmenden 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 29 % der Teilnehmenden gewünscht, 25 % wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und 20 % 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 eresult (79) und UID (79) auf

einem geteilten ersten Platz, UX&I (69), DATEV (40), artop (36), Centigrade (36), Ergosign (34), usability.de (32), Bosch (23), Userlutions (21), SAP (18), Google (14), das Spiegel Institut (13) und BMW (10). Weitere Unternehmen wurden jeweils von weniger als 10 Befragten genannt.

DANKSAGUNG

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