

Branchenreport UX/Usability 2019

Stefan Tretter
Sarah Diefenbach
stefan.tretter@lmu.de
sarah.diefenbach@lmu.de
Department Psychologie
LMU München
München, Deutschland

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

Nina Gerber
nina.gerber@kit.edu
SECUSO
Karlsruher Institut für Technologie
Karlsruhe, Deutschland

ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem Branchenreport UX/Usability 2019 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 (<http://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, 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, potenzielle 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 einer Online-Befragung im Zeitraum von März bis Juni 2019. Die Teilnehmer wurden über den German UPA Newsletter sowie durch Einladungen in Usability & User Experience-Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing oder Facebook gewonnen. 301 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 52% aus erstmaligen Branchenreport-Teilnehmern, während 48% bereits in mindestens einer der Umfragen aus den letzten Jahren teilgenommen hatten (Abbildung 1). 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

55% der befragten UX/Usability Professionals sind männlich und 45% weiblich, was den langjährigen Trend zu einer ausgeglichenen Verteilung zwischen den Geschlechtern bestätigt (Abbildung 2). Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 35 Jahren ($sd=8,1$; $min=19$; $max=63$). Was die regionale Verteilung der Befragten angeht, ist das meist vertretene Bundesland mit 22% Bayern, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (19%), Baden-Württemberg (12%), Hamburg (10%), Berlin, (8%), Hessen (8%) und dem Saarland (8%). Der Anteil der Befragten in anderen Bundesländern sowie außerhalb Deutschlands beläuft sich jeweils auf unter 5%.

Die Teilnehmer sind seit durchschnittlich 8 Jahren ($sd=5,9$; $min=1$; $max=28$) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 9,2 Jahren signifikant mehr Berufserfahrung als weibliche Professionals, die im Mittel 7 Jahre angaben. Diese Differenz entspricht in etwa dem mittleren Altersunterschied: Männer sind mit 36,9 Jahren signifikant älter als Frauen mit 34,1 Jahren. Bei der Frage, welchen Anteil ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, variierten die Angaben im

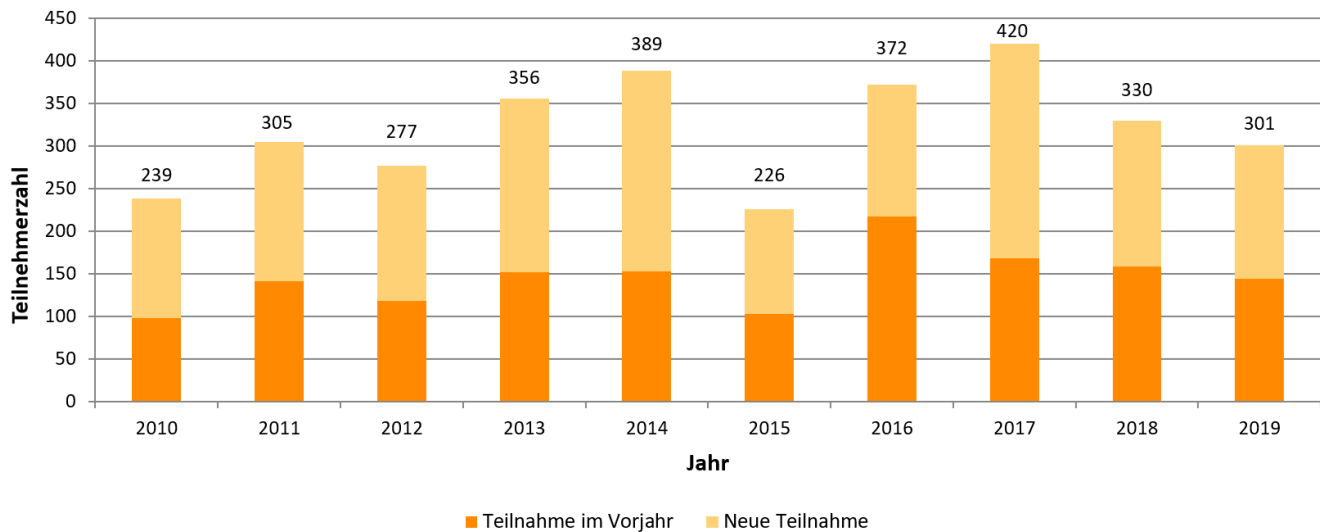


Abbildung 1: Teilnehmerzahl über die Jahre

gesamten Spektrum von 0% bis 100%. Der Median liegt bei 80% (Mittelwert $m=75$; $sd=27$).

3 AUS- UND WEITERBILDUNG

Unter den Teilnehmern mit akademischem Abschluss ist der meistgenannte höchste akademische Grad mit 34% der Master-Abschluss und liegt damit wie auch schon im Vorjahr mittlerweile vor dem Diplom-Abschluss (30%). Weitere 24% verfügen über einen Bachelor- und 3% über einen Magister-Abschluss. 5% der Teilnehmer haben promoviert (Abbildung 3). Die Abfrage des Ausbildungshintergrunds basierte auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre. Die am häufigsten vertretenen Studienfächer sind erneut Psychologie (14%),

Medieninformatik (11%), Kommunikationsdesign (10%), Informatik (9%), Human-Computer-Interaction (7%), Digitale Medien (6%), und Informationswissenschaft (5%). Ganze 23% 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 (9%), gefolgt von der Ausbildung zum/zur Fachinformatiker/in (2%). Die häufigste UX/Usability-spezifische Zusatzausbildung ist die Ausbildung zum „Certified Professional for Usability and User Experience“ (84 Personen). Weitere Titel waren „UX & Usability Expert“ (22 Personen), „Usability Engineer“ (19 Personen) und „Usability Consultant“ (7 Personen). Die beliebtesten Ausbildungsanbieter sind das International Usability and User Experience Qualification Board (UXQB; 38 Personen), das artop Institut Berlin (27 Personen), die Usability Academy (12 Personen), ProContext Consulting (12 Personen), das XDi – Experience Design Institut (11 Personen) sowie die Fraunhofer Institute (11 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 (83%). Ebenfalls für mehr als die Hälfte der Befragten von hoher Relevanz sind fachspezifische Websites, Blogs und Newsletter (59%)

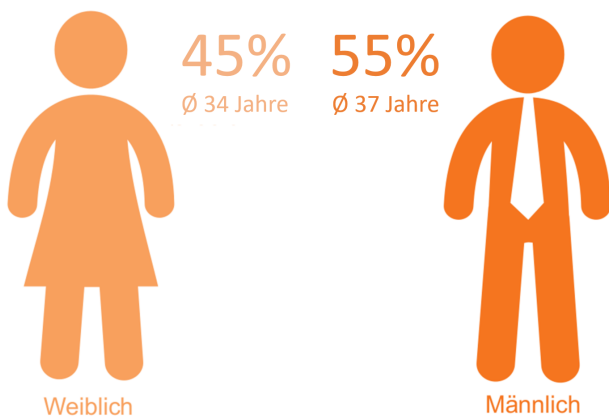


Abbildung 2: Geschlechterverhältnis

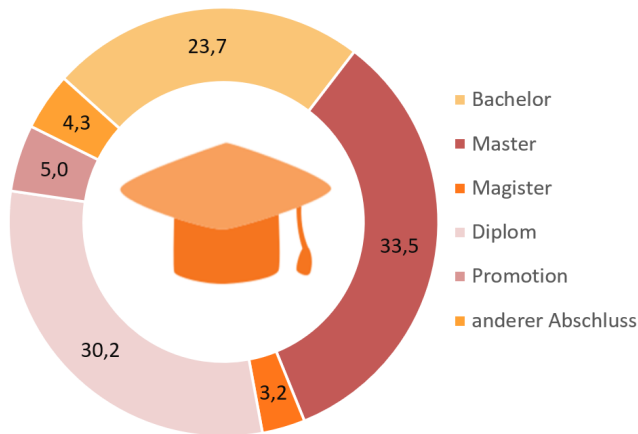


Abbildung 3: (Studien-)Abschlüsse in der UX/Usability-Branche

sowie fachspezifische Konferenzen und andere Veranstaltungen (54%). Für 36% der Befragten sind Fachbücher unter den Top 3 der Weiterbildungsaktivitäten, für 32% spezifische Weiterbildungsangebote und Zusatzqualifikationen, 9% nennen hier ihr Studium. 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 sowie die von der German UPA angebotenen Webinare.



Abbildung 4: Wichtigste Aktivitäten zum UX/Usability-Wissenserwerb

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 (41%), Automobil (32%), e-Commerce (25%), Finanzdienstleistung (23%), Medizin und Pflege (18%), Hochschule und Lehre (11%), Elektronik (10%), Bauen und Wohnen (6%), Unterhaltung und Spiele (5%), Food/Fast moving consumer goods (4%), sowie Touristik (3%). Damit entspricht die Rangreihe und Verteilung der Befragten auf die unterschiedlichen Branchen weitgehend der des Vorjahres. Der größte Anstieg lässt sich für die Automobilbranche verzeichnen, welche in diesem Jahr mit 32% durch fast ein Drittel der Befragten repräsentiert ist; im Vorjahr waren es noch knapp ein Viertel (2018: 24%). Beispiele weiterer Nennungen sind Rechtsdienstleistungen, Public Domain, Erneuerbare Energien, Kulturwesen oder Marktforschung.

Abgefragt wurde auch die primäre Ziel-/Nutzergruppe der Projekte (Mehrfachnennungen möglich). Projekte im Business-to-Business-Bereich (75%) waren wie auch schon im Vorjahr häufiger vertreten als Projekte im Business-to-Consumer-Bereich (59%). Bezüglich der relevanten Endgeräte (Mehrfachnennungen möglich) betrifft ein Großteil der Projekte weiterhin klassische Desktop-Anwendungen (85%), ebenfalls stark vertreten sind aber mittlerweile auch Anwendungen für Mobile Devices (73%). Die Rolle von spezifischen Tablet-Anwendungen ist mit 57% gegenüber dem Vorjahr (2018: 67%) etwas zurückgegangen. Insgesamt ist festzustellen, dass die Anforderung der Eignung für verschiedene Endgeräte (Responsive Design) immer mehr zum Standard wird und bereits in 61% der Projekte vertreten ist. Beispiele für seltenere Nennungen, die jeweils nur von einer Person angeführt wurden, sind Smart-Home-Geräte, VR und Wearables.

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). Mit etwas Abstand folgen mit jeweils ähnlicher Relevanz und Mittelwerten zwischen 3,0 und 3,3 die Aufgabenbereiche Prototypen-Entwicklung, Evaluation, User Research, Requirements Engineering und Usability Testing. Usability Engineering (m=2,9) und grafische Gestaltung (m=2,7) bilden die Schlusslichter unter den abgefragten Schwerpunkten. Beispiele weiterer Nennungen zur offenen Frage sind die Durchführung und Moderation von UX-Workshops, die

Ausbildung und Sensibilisierung anderer Mitarbeitern und Barrierefreiheit.

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 ($m=3,4$) sowie Transfer von Konzept zu Kunde ($m=3,3$). Weniger Probleme treten typischerweise hinsichtlich der Übersetzung von Grob- zu Feinkonzepten auf ($m=2,7$), des Transfers von Konzept zu Design ($m=2,6$), sowie hinsichtlich der Persona Entwicklung ($m=2,6$). Deutliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr sind hierbei nicht zu verzeichnen. Beispiele weiterer genannter Herausforderungen in UX/Usability-Projekten sind die Zusammenarbeit mit Freelancern und die damit einhergehende gemeinsame Zusammenarbeit mit Kunden, generell Absprachen und Feedbackschleifen mit Kunden, wenig agile Unternehmensstrukturen, suboptimale interne Arbeitsabläufe beim Kunden, Kompromisse zwischen Qualität und Time-to-market sowie allgemein das Schaffen eines "UX-Mindsets" und das Aufbrechen alter Gewohnheiten. Im Mittel werden von den gemachten Vorschlägen zur Verbesserung der UX/Usability laut Einschätzung der Befragten etwas mehr als die Hälfte realisiert ($m=53\%$; $sd=23$; $min=1\%$; $max=100\%$).

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 $m=4,1$). Etwas weniger optimistisch, aber immer noch im oberen Skalenbereich, liegen die Einschätzungen für Weiterentwicklungsmöglichkeiten ($m=3,6$), Stress/Zeitdruck ($m=3,5$) und das Gehalt ($m=3,4$).

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 11% der Teilnehmer umfasst, während sich 88% der Stichprobe derzeit in einem Angestelltenverhältnis befinden (2018: 13% vs. 85%). 1% 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.

Situation der Selbstständigen

32 Unternehmensinhaber nahmen dieses Jahr an der Umfrage zum Branchenreport teil. Die jeweils wählbaren Antwortoptionen beruhen stets auf den meistgegebenen Antworten der letzten Jahre. 36% der Selbstständigen arbeiten als „Freelancer“, während 23% ihr Unternehmen als „Beratung“ beschreiben. 19% betreiben eine „Agentur“, während 10% ihre Arbeit als „Consulting“ bezeichnen. Hinzu kommen jeweils 3%, die ein „Designstudio/-büro“ bzw. „Entwicklungsunternehmen (Software- und/oder Hardwarehersteller)“ führen. 6,5% nahmen die Chance wahr, eine andere Bezeichnung für ihr Unternehmen anzuführen, darunter u.a. Forschungseinrichtungen und ein Umzugsunternehmen.

Die Unternehmen sind hierbei durchschnittlich 10 Jahre alt (2018: 8,5 Jahre), wobei das Alter der Unternehmen naturgemäß stark variiert ($sd=7,7$). Das älteste der oben genannten Unternehmen wurde bereits vor 26 Jahren gegründet. 26% (2018: 15%; 2017: 20%; 2016: 30%) der Selbstständigen arbeiten allein, in etwa einem Viertel der Fälle besteht die Belegschaft aus einem (13%) oder zwei (10%) Angestellten. In den vergangenen beiden Jahren machte diese Gruppe noch etwa die Hälfte der Antworten aus. Insgesamt liegt der Anteil der Selbstständigen mit weniger als 10 Mitarbeitern bei 70%, 10% der befragten Inhaber beschäftigen 10 bis 20 Angestellte. Hinzu kommen Unternehmen mit jeweils 34, 37, 50, 120, 500 und 1500 Mitarbeitern, die zusammen wiederum 20% der Stichprobe ausmachen. Im Mittel brauchen die Unternehmensinhaber 2,7 Monate ($sd=1,5$), bis sie eine offene Stelle besetzen können (Abbildung 5), als Maximum wurden 6 Monate angegeben (2018: $m=3,0$; $sd=1,8$; $max=6$; 2017: $m=4,4$; $sd=4,0$; $max=18$).

Die meistgenannten Gründe für Schwierigkeiten bei der Suche nach passenden Bewerbern haben sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich verschoben. An erster Stelle steht in diesem Jahr das „fehlende Fachwissen im Bereich UX/Usability“ mit 28% (2018: 53%), gefolgt von „überhöhten Gehaltsvorstellungen“ mit 25% (2018: 47%). Auf einem geteilten dritten Platz mit jeweils 22% stehen „mangelnde Berufserfahrung“ (2018: 58%), „mangelnde Soft-Skills“ (2018: 26%) und „insgesamt zu wenig Bewerber auf eine Stelle“ (2018: 58%). Die „fehlende Expertise bezüglich spezifischer Programme und UX-Tools“ schien mit 3% kaum eine Rolle zu spielen (2018: 16%). Die erfolgreichsten Wege zur Akquise neuer Mitarbeiter sind vor allem persönliche Netzwerke und Beziehungen. Etwas seltener wurden Ausschreibungen auf Websites und Jobportalen, sowie der eigenen Online-Präsenz genannt. Des Weiteren fanden Konferenzen und Initiativbewerbungen Nennung.

Laut den selbstständigen Teilnehmern liegt nach wie vor die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines eigenen Unternehmens darin, potenziellen Auftraggebern die Relevanz von UX- und Usability-Maßnahmen zu vermitteln

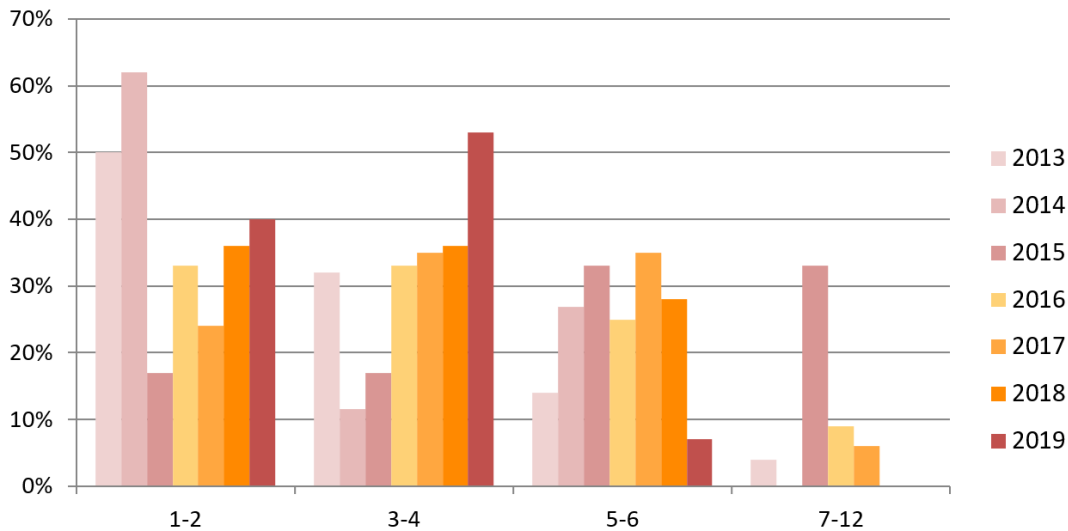


Abbildung 5: Dauer bis zur Stellenbesetzung (in Monaten) in der UX/Usability-Branche von 2013 bis 2019

– ganze 75% der Befragten stimmten hierbei zu (2018: 57%). Dahinter liegen in etwa gleich auf die Herausforderungen, die Investitionsbereitschaft der Auftraggeber zu erhöhen 47% (2018: 40%) und eine Balance zwischen User Goals und Business Goals zu finden 44% (2018: 34%). Jeweils 38% stimmten zu, dass Schwierigkeiten in der Herstellung von Kontakten zu potenziellen Auftraggebern liegen (2018: 60%), sowie die eigene Professionalität im Vergleich zu Mitbewerbern hervorzuheben (2018: 34%). Hinzu kommen gelegentlich noch die Herausforderung, bei Entwicklern Anerkennung zu finden (19%; 2018: 17%) und entwickelte Konzepte in Umsetzungsvorschlägen auch zu realisieren (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 4,0 (sd=1,1), also als eher zufriedenstellend, und damit etwas höher als im Vorjahr (2018: m=3,7; sd=1,2). Im Hinblick auf das kommende Jahr gleichen die Erwartungen bezüglich der Auftragslage denen im vergangenen Jahr (m=4,0; sd=1,0).

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“ (7%) in relevanter Häufung.

Obwohl die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten auf den meistgenannten Berufsbezeichnungen der letzten Jahre basieren, nutzten 32% der Teilnehmer die Möglichkeit, eine

anderweitige Berufsbezeichnung anzugeben. Hier stehen vor allem „User Experience Manager“ (2%) und „User Experience Engineer“ (2%) als häufigste freie Antworten hervor. In der Gesamtbetrachtung fällt auf, dass sich die meistgenannten Berufsbezeichnungen ungeachtet der grundsätzlichen Vielfalt im Vergleich zu den Anfangsjahren des Branchenreports stabilisiert haben.

Bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind die Befragten im Schnitt seit 4,5 Jahren (sd=5,2; min=0; max=29; med=2) angestellt. 21% der Teilnehmer haben bei ihrer derzeitigen Tätigkeit Personalverantwortung (2018: 18%) für im Schnitt 6-7 Mitarbeiter (min=1; max=50). Die Angaben der Angestellten zur Größe ihres Unternehmens variieren von 5 bis zu 650.000 Beschäftigten (med=170; m=18.037; sd=72.588). Wie Tabelle 2 zu entnehmen ist, bilden Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern in der Stichprobe die größte Gruppe. 32% der befragten Arbeitnehmer arbeiten in Unternehmen dieser Größe, wobei der Anteil der Angestellten, der sich mit UX/Usability beschäftigt, in den Unternehmen mit 16 - 50 Mitarbeitern bei knapp über der Hälfte liegt (53%), während es in den Unternehmen mit 101 - 1000 Mitarbeitern etwa ein Viertel ist (26%).

Die zuvor genannten Verhältnisse zeigen sich über die vergangenen Jahre durchaus stabil, allerdings scheint im Vergleich zu früheren Jahren vor allem in kleineren Unternehmen der Anteil der UX/Usability Professionals unter der Belegschaft deutlich angestiegen zu sein. Insgesamt beschäftigen sich im Schnitt über alle Unternehmensgrößen 29% der Mitarbeiter mit dem Bereich UX/Usability, wobei 40% (2018: 49%) hauptsächlich unternehmensinterne Produkte verbessert, während 60% (2018: 51%) mit Produkten von Auftraggebern arbeitet.

Tabelle 1: Meistgenannte Berufsbezeichnungen über die Jahre 2008 - 2019

Nr.	2008-2010	2011-2015	2016	2017	2018	2019
1.	Information Architect	Usability Engineer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer	User Experience Designer
2.	User Interface Designer	User Experience Consultant	Usability Engineer	User Experience Consultant	User Experience Consultant	User Experience Consultant
3.	Usability Engineer	User Interface Designer	User Experience Consultant	Usability Engineer	Usability Engineer	Usability Engineer
4.	Concept Developer	User Experience Designer	Wissenschaftl. Mitarbeiter	Wissenschaftl. Mitarbeiter	User Experience Researcher	User Experience Researcher
5.	User Experience Consultant	Usability Consultant	User Interface Designer	User Experience Researcher	Wissenschaftl. Mitarbeiter	User Interface Designer

Mit erneut 96% bekleidet ein über die Jahre konstanter Großteil der Angestellten eine Vollzeitstelle. Dabei ist mit 39% der Anteil derjenigen, die den Umfang ihrer Stelle gerne reduzieren würden, so hoch wie nie (2018: 36%; 2017: 20%; 2016: 29%). Der gewünschte Stellenumfang bei Personen, die angeben, dass sie gerne weniger auf ihrer derzeitigen Stelle arbeiten würden, bewegt sich größtenteils im Bereich um etwa 80% der aktuellen Arbeitszeit.

Obwohl bei über einem Drittel der Befragten der Wunsch nach einer mehr oder weniger großen Reduktion der Stelle besteht und 38% der Teilnehmer die Unterstützung von Teilzeit-Modellen durch ihren Arbeitgeber als gut bewerten, scheint der derzeitige Anteil an Teilzeitstellen mit 4% dennoch sehr niedrig.

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 (2018: 61%), 16% sind eher oder sehr unzufrieden (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 55.222€ (sd=13.392; min=31.200; max=91.500; 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 11.000 €. Im Mittel konnten die Befragten eine Steigerung des Brutto-Jahresgehalts um 3.006€ (sd=2.707) gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der Median liegt bei 2.500€.

Tendenziell höhere Gehälter finden sich in größeren Unternehmen ($r=.25$) sowie unter UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkt Beratung/Stakeholder Management ($r=.19$), während UX/Usability Professionals mit Aufgabenschwerpunkt Grafische Gestaltung tendenziell geringere Gehälter erhalten ($r=-.16$). Die angegebenen Korrelationen sind partielle Korrelationen, welche Zusammenhänge von Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung berücksichtigen.

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

Unternehmensgröße	% der Befragten	% UX/Usability Professionals
1-15	9% (5%)	38% (51%)
16-50	25% (26%)	53% (53%)
51-100	9% (13%)	27% (19%)
101-1.000	32% (26%)	23% (26%)
1.001-10.000	15% (15%)	4% (5%)
>10.000	10% (15%)	8% (4%)

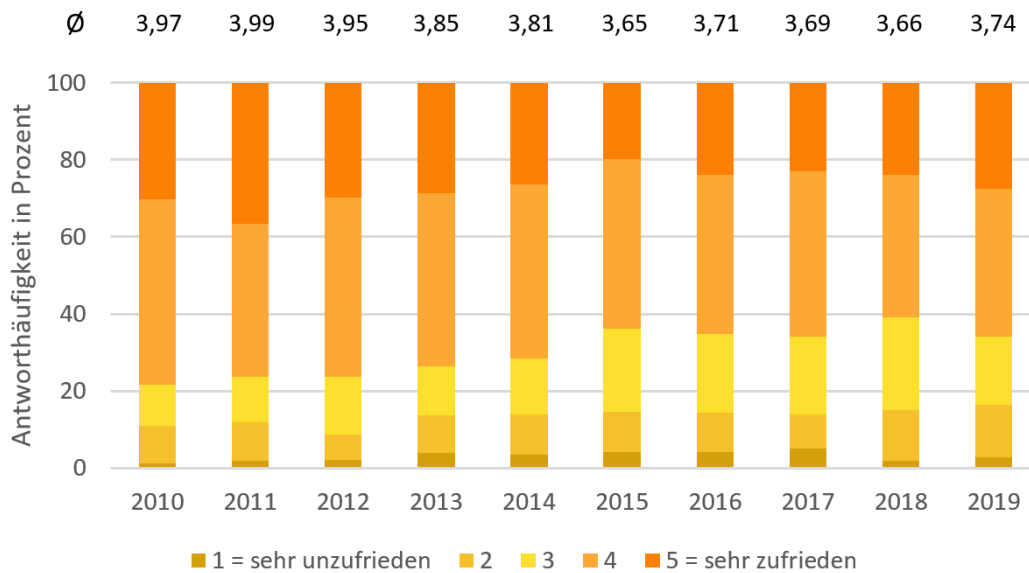


Abbildung 6: Arbeitszufriedenheit im Laufe der Jahre

Der mittlere Stundensatz unter selbstständig tätigen UX/Usability Professionals liegt bei 91€ (sd=28; min=55; max=150), der mittlere Tagessatz bei 657€ (sd=163; min=480; max=900) mit einer durchschnittlichen Auslastung von 141 Tagen pro Jahr (sd=78; min=6; max=300). Hochgerechnet auf das ganze Jahr liegt das Bruttogehalt der Selbstständigen bei 97.867€ (sd=60.775; min=24.000; max=193.600). Allerdings ist zu beachten, dass aufgrund der geringen Teilnehmerzahl an Selbstständigen in diesem Jahr 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, am häufigsten mit „Augmented Reality“ beantwortet. Weitere häufig genannte Produkte und Techniken sind sprachgesteuerte Interfaces, Artificial Intelligence, Virtual Reality, Chatbots und Autonomes Fahren (Abbildung 7).

Einige dieser Nennungen finden sich gleichzeitig auch unter den von den Teilnehmern als überschätzt bzw. nervig empfundenen Trends wieder. Am häufigsten wird hier, ebenfalls identisch zum letzten Jahr, Virtual Reality genannt, gefolgt von Chatbots, Augmented Reality, sprachgesteuerten Interfaces, Artificial Intelligence, Schlagwörtern wie „Design Thinking“ oder „Digitalisierung“, Blockchain und Flat Design.

Weiterhin als nervig empfunden werden die Verwendung von Personas und Parallax Scrolling (Abbildung 8).

Allerdings sehen auch einige Teilnehmer immer noch zu wenig beachtetes bzw. ungenutztes Potenzial im Bereich Artificial Intelligence sowie der systematischen Analyse von (End)nutzeranforderungen und Forschung an und mit Nutzern im Allgemeinen. Im Gegensatz zu den letzten Jahren werden als zukunftssträchtige Felder zudem Augmented Reality, sprachgesteuerten Interfaces, Accessibility und Virtual Reality genannt.

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 (73%). Auch eine Stärkung der Lobby bzw. eine größere Anerkennung der Relevanz von Usability und User Experience werden als wünschenswerte Änderungen angeführt (61%). Eine Zertifizierung des Berufsbildes und die Festsetzung einheitlicher Qualitätsstandards wird von 26% der Teilnehmer gewünscht, 23% wünschen sich mehr Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und 22% fordern eine stärkere Vernetzung der Community.

8 BEKANNTESTE UNTERNEHMEN

Auf die Frage „Welche Unternehmen im deutschsprachigen Raum fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Usability/UX denken?“ waren die meistgenannten Unternehmen UID (81), eresult (64), Ergosign (48), Centigrade (39), artop (28), SAP

