

---

# Mitglieder- versammlung German UPA e.V. 2019

Hamburg, 10. September 2019



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals





---

## Sponsoren Gold

**chilli(mind**





---

## Sponsoren Silber





---

## Sponsoren Bronze



---

**SITZUNGSLEITER**



---

# Abstimmung zur Tagesordnung

## Teil 1

- Begrüßung durch den Vorstand (und Wahl des Sitzungsleiters)
- Aktivitäten des Vorstands
- Ergebnisse der Mitgliederbefragung 2018
- Vorstellung des Branchenreport
- Aktivitäten und Wahl National Expert
- Aktivitäten der Arbeitskreise
- Verleihung des Usability Achievement Award

(PAUSE)

## Teil 2

- Mitglieder- und Kassenbericht
- Bericht der Kassenrevisoren
- Entlastung des Vorstandes
- Anträge
- Genehmigung und Abstimmung des Haushaltsvorschlages
- Wahl des Vorstandes
- Wahl der Revisoren

ENDE

---

**ABSTIMMUNG**

---

**Begrüßung durch die Präsidentin**



---

# Aktivitäten des Vize-Präsidenten



---

## UP19 & WUD19

- Mensch & Computer – Track Usability Professionals (UP19)
  - Vorbereitung & Durchführung in Hamburg
  - Vorbereitung der Konferenz in Magdeburg (6.-9. September 2020)
- Unterstützung des World Usability Day
  - 14. November 2019
  - Thema "Designing for the future we want"
  - Call/FAQ mit Organisatoren
    - Telefonkonferenz im Juli
    - Meet&Greet auf der MuC (DI 12:30 Uhr)





---

# Kooperationen

- Gesellschaft für Informatik
  - Weiterführung der MuC-Kooperation
  
- Zahlreiche kleine Veranstaltungen
  - Erwirkung von Rabatten für German UPA Mitglieder

GESELLSCHAFT  
FÜR INFORMATIK





## Begleitete Veranstaltungen 2018/2019



1

Vorstandstreffen in Frankfurt 19.-20. Oktober 2018

2

Bitkom "IT needs Design" (DO) 5. November 2018

3

World Usability Day 8.  
November 2018

4

Treffen der AK-Leiter 14.-15.  
Februar 2019

5

German UPA Winterschool 24.-26.  
Februar 2019

6

UIG-Tagung Mannheim 16. April 2019

7

Vorstandstreffen in Köln 4.-5. Juli 2019

8

German UPA Summerschool 21.-23. Juli 2019



# Anstehende Veranstaltungen 2019/2020



1

Treffen der AK-Leiter

Ende 2019

2

Strategie-Workshop

22.-

23. Nov. 2019

3

World Usability Day

14.

November 2019

4

Profis für Profis

1.-3.

Dezember 2019

5

German UPA Winterschool  
2020

4.-6. Februar

6

UX Challenge

30.

Mai 2020

7

German UPA Summerschool

5.-7. August 2020

8

Mensch & Computer 2020

6.-9.

September 2020



---

## gUPA Webinare

- Mitglieder kostenfrei
- Als Aufnahme im Mitgliederbereich
- Bessere Stabilität durch Umstieg auf zoom.us
- Podcasts vorweg auf etablierten Plattformen
  
- Nächstes Webinar
  - **Steffen Weichert: “UX Management” am 30. September um 17 Uhr**



Referent  
Matthias Schroeder

Habt ihr ein spannendes Thema, welche ihr als Experte anderen vermitteln könnt? Meldet euch!



# gUPA Webinare 2018 nach der MuC



9	<b>Thorsten Wilhelm</b>	UX im Unternehmen verankern: Ein Weg von einer 1 Person UX Abteilung zum Teamlead UX
10	<b>Ulf Schubert</b>	Was, wenn User Experience nicht mehr ausreicht
11	<b>Ronald Hartwig</b>	Strategien für die Praxis: UX in agilen Prozessen und realen Unternehmen umsetzen
12	<b>Holger Eggert</b>	Future Proof your Product - Sichert euer Produkt für die Zukunft



# gUPA Webinare 2019 bis zur MuC

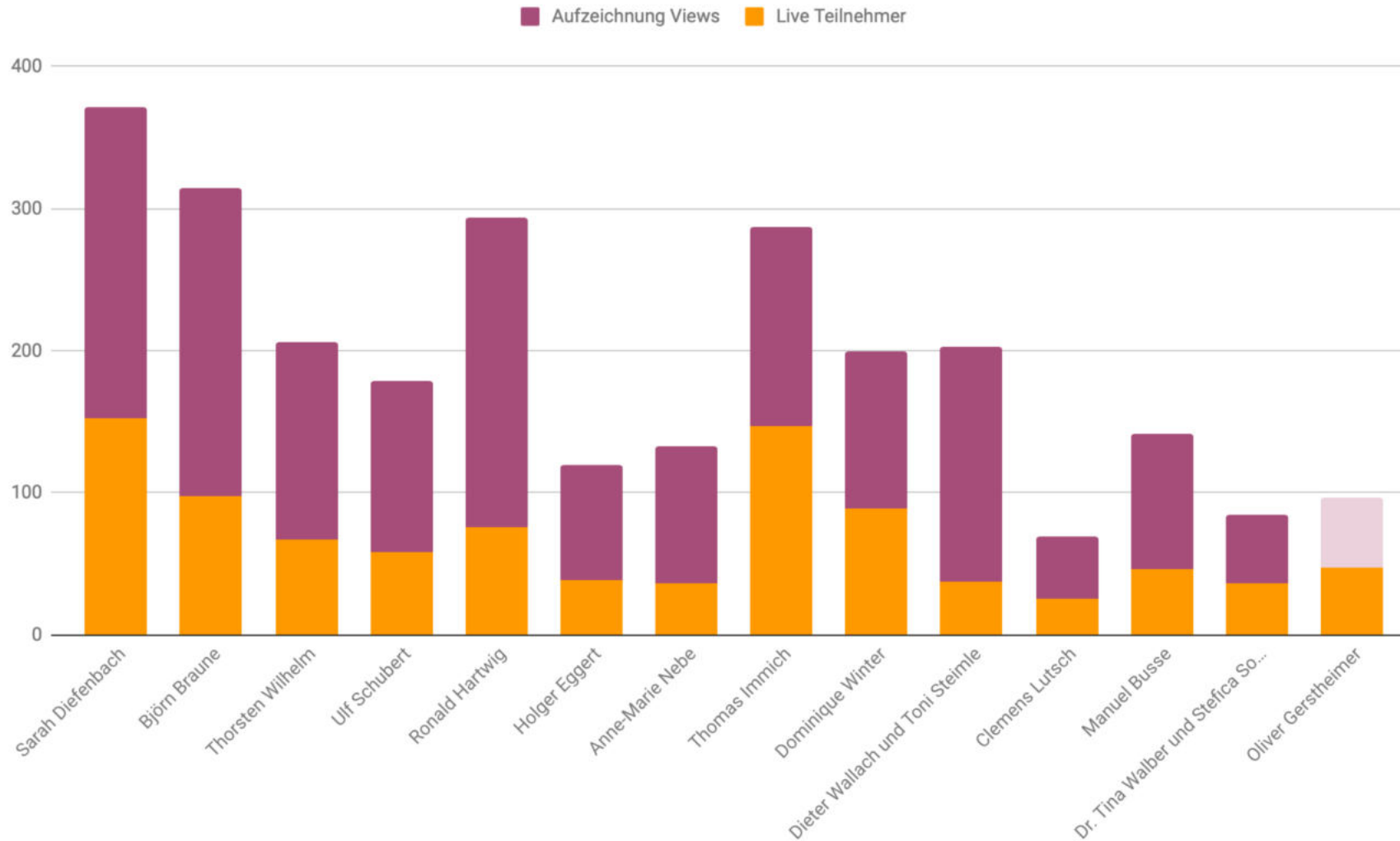


- 1 Anne-Marie Nebe** Digitale Barrierefreiheit im Software-Life-Cycle
- 2 Thomas Immich** Industrial UX
- 3 Dominique Winter** Wann sind UX-Professionals kompetent
- 4 Dieter Wallach/Toni Steimle** Collaborative UX Design
- 5 Clemens Lutsch** UX, Ethik und die Sehnsucht nach klaren Werten
- 6 Manuel Busse** Design Thinking in der Praxis
- 7 Tina Walber/Stefica Sosic** Mobile Usability-Tests mit Eyetracking
- 8 Oliver Gerstheimer** User Experience = Unsichtbar



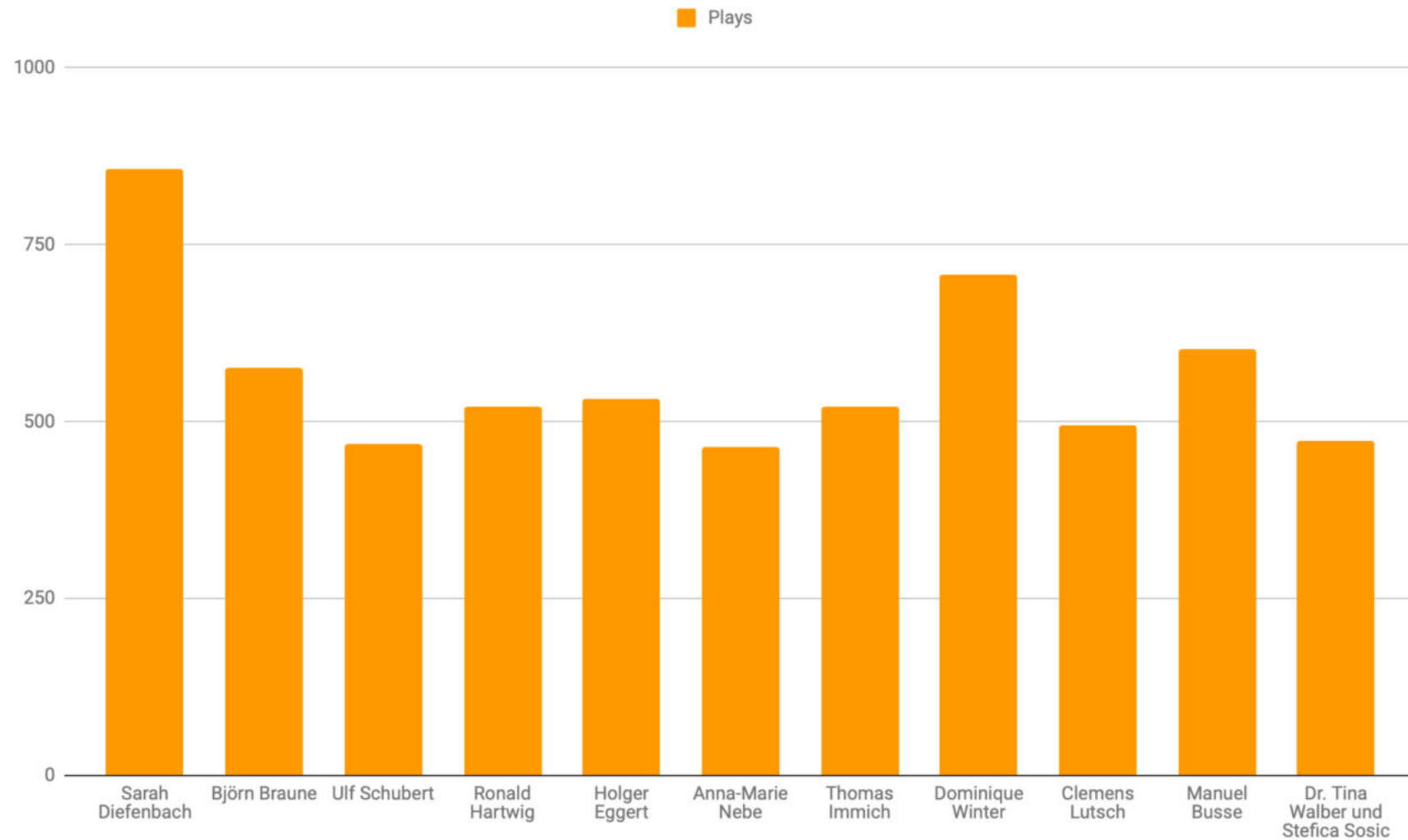


# gUPA Webinare - Teilnehmer und Views





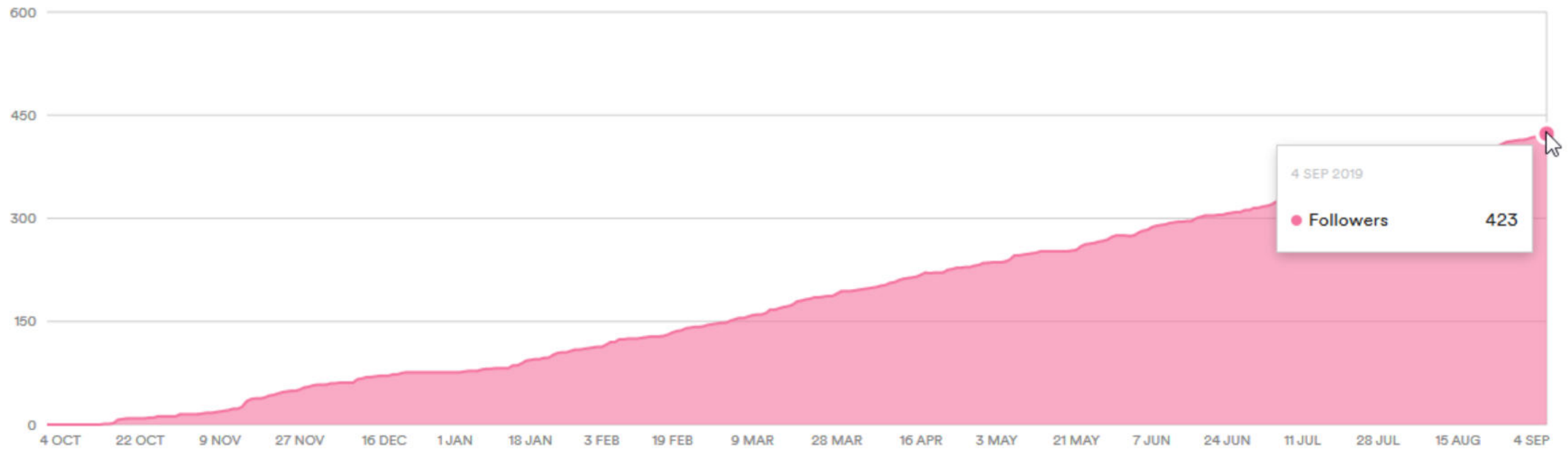
# gUPA Podcast - Plays per Episode





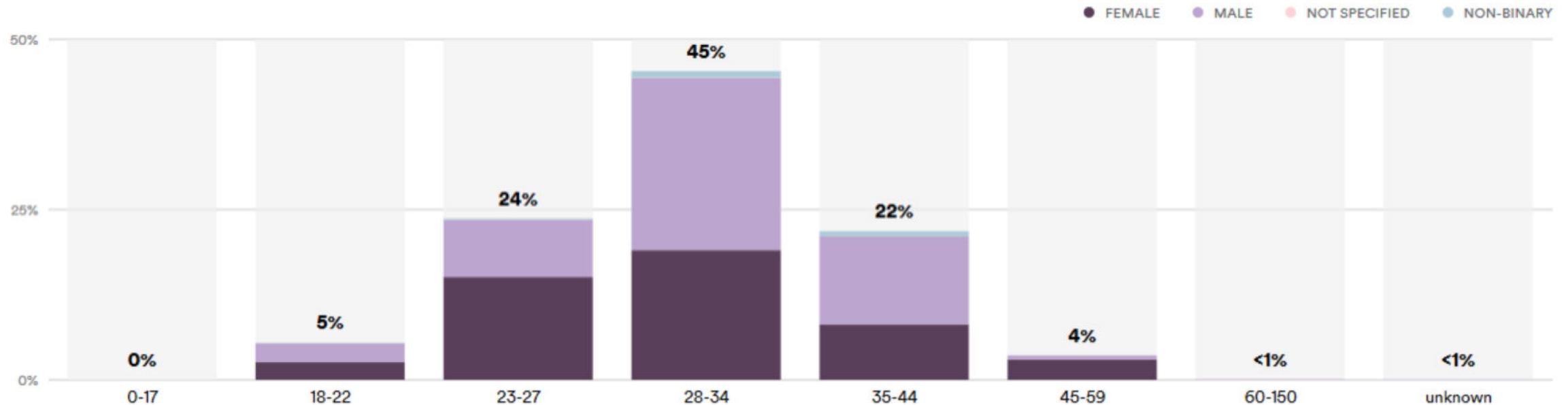
# gUPA Podcast - Spotify Followers

## Followers





# gUPA Podcast - Audience - Alter und Geschlecht



## TAKE AWAYS

**50:50 Anteil von männlichen und weiblichen Hörerinnen/Hörer**  
**Mehr weibliche Hörerinnen unter 30 Jahre und über 44 Jahre**  
**Mehr männliche Hörer zwischen 30 und 44 Jahre**



---

# gUPA Podcast - Audience - Fun Fact

## Artists they're listening to <sup>?</sup>



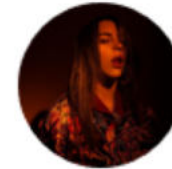
Ed Sheeran



AnnenMayKantereit



Die drei ???



Billie Eilish



Seed

---

# Strategieworkshop



---

# Das sind WIR | Die German UPA aktuell

- Wir haben etwa 1.644 Mitglieder!
  - Tendenz seit 4 Jahren leicht steigend...
- Auftrag laut Satzung
  - *“Ein Netzwerk für Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Qualifikation und fachlicher Kommunikation”*
    - Mensch & Computer, World Usability Day, Webinare, Arbeitskreise, Regionale Meetups
  - *“Förderung des Nachwuchses durch Weiterbildung und Qualifikation & Stärkung der Fachkompetenz”*
    - Summer School, Winter School, Profis für Profis, UX Challenge



**Sind wir am Ziel der Reise angekommen?**



---

# Die Entwicklung der German UPA geht in die nächste Phase

Weiterentwicklung von verschiedenen Zielbildern

Jetzt geht es um die Ausgestaltung der Zielbilder mit den Zielgruppen

-> auch Young Professionals und “Old Professionals”

Deshalb machen wir einen Strategie-Workshop



Meldet euch während der Konferenz! | 22/23.11.2019 | Frankfurt am Main



---

# Aktivitäten des Schriftführers



---

# Schriftführer Aktivitäten

- Website
  - Fragebogenmatrix des AK User Research
  - Interner Bereich mit Webinar Inhalten
  - Optimierungen der Website Navigation, Vereinheitlichung der Bezeichnungen
- Shop
  - Aufbau der Plattform
- Online Mitgliederversammlungen
  - Vorbereitung des Antrags zur Satzungsänderung



---

# Schriftführer Ausblick

- Website - Methodenübersicht AK Qualitätsstandards
- Vorbereitung & Durchführung Online Mitgliederversammlungen

---

# Aktivitäten PR & Marketing



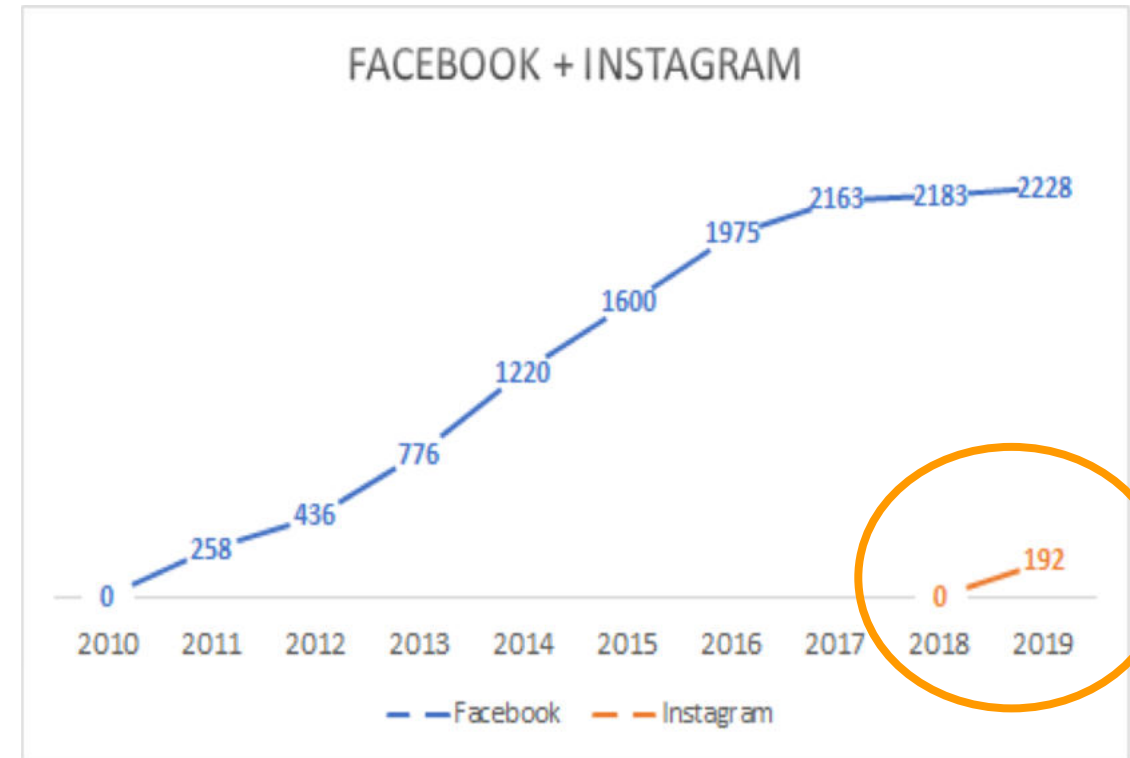
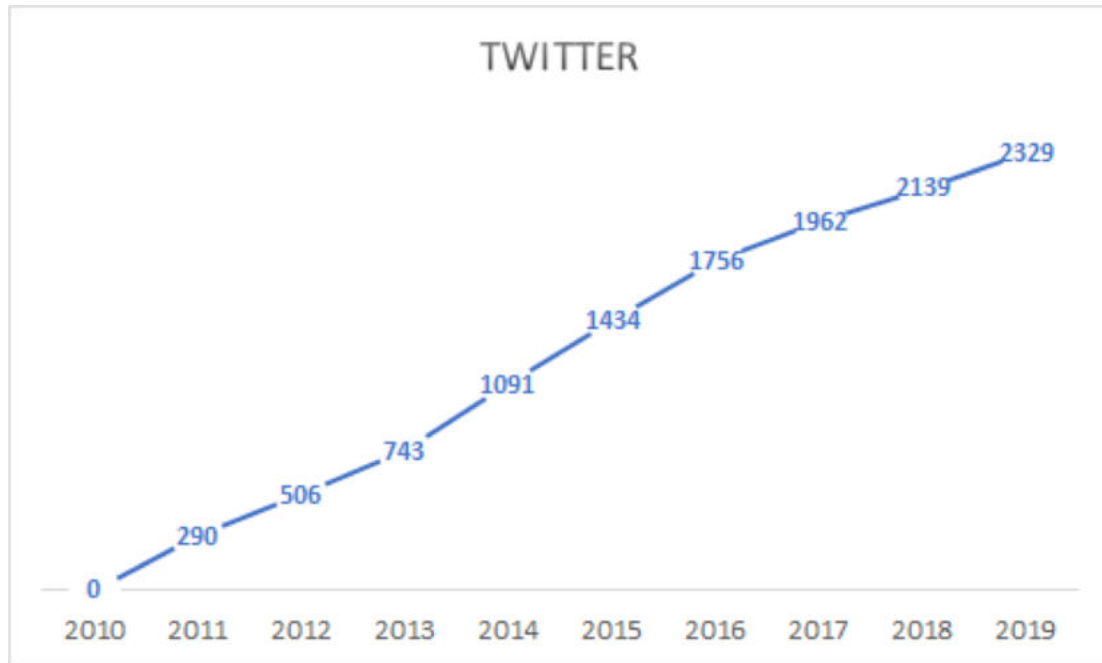
---

# PR/Marketing Rückblick

- UPA-Reporter auf den WUDs
  - Blog/Aktuelles
  - Veranstaltungstipps 2019
  - Beiträge über AKs, RG und MG
  - Pressemitteilung WUD 2018 und 2019
  - Neue Materialien: AK Fachschriften neu designt
  - Designvorgaben (Regeln) für AKs in Arbeit
  
  - Positionspapier “Digital Designer”
  - Vertretung der UPA auf Bitkom-Veranstaltung zum Digital Designer in Dortmund und auf UIG-Tagung 2019
- Regelmäßige MG Newsletter
    - interessante & wichtige Infos
    - Rabatte für WS & Events
    - Aktuelles aus den AKs & RG
    - Neue Sponsoren/Förderer



# PR/Marketing Rückblick





---

## PR/Marketing Ausblick

- Weiterhin regelmäßiger Mitglieder-Newsletter und in Zukunft über die neue Website – auch für Gäste
- Auch in 2019 werden German UPA Reporter auf den einzelnen World Usability Days zu sehen sein
- Mehr externe Kommunikation, insbesondere durch
  - unsere Mitglieder mitgestaltet
  - Blog-Beiträge und Fachartikel in Fachfremden Blogs und Magazinen



---

# PR/Marketing Ausblick

- Mitgliedern aktiv eine stärkere Plattform zum Mitwirken/-gestalten bieten
- Austausch zwischen den Mitgliedern stärken (Alltagsfragen-/unterstützung loswerden)
- Sichtbarkeit bei UXler, Kollegen und IT-Führungskräften verstärken
- German UPA als Content-Aggregator
  - Darstellung “Was können wir für euch tun” verstärken
  - (bspw. Events im Kalender aufnehmen & posten über SocialMedia)
  - “Wir brauchen Engagement. Macht mit!”
  - Eigeninitiativ, regionale Gruppen mit einbinden und Sichtbarkeit bieten (bspw. UserGroups, Stammtische, etc. ) [UXCGN, UXBN, ...]





---

# PR/Marketing Ausblick

- Außendarstellung weiter ausbauen
- Wirtschaft, Geschäftsführer, angrenzende Berufe
  - Politik, Fördergeber
  - “Meinungsvertreter German UPA”
  - Publikation
  - Lobbyarbeit
  - (bspw. Kontakt zur Digital-Botschafterin Prof. Dr. Gesche Joost)



---

## Neue Strategien...

- Wir wollen uns stärker in der Öffentlichkeit einmischen
- Hast du etwas zu sagen und hast Lust, dich zu engagieren?
  - Wir brauchen Beiträge, die wir in Fach- und Management- Publikationen sowie Blogs veröffentlichen können!
  - Wir brauchen Pressemitteilungen, die bei Fachleuten, und auch jenseits der Fachkreise, Interesse wecken!
  - Wir brauchen Netzwerker, die Kontakte zu wichtigen Personen in Politik und Wirtschaft knüpfen möchten!

Melde dich beim Team unter - [presseinfo@germanupa.de](mailto:presseinfo@germanupa.de)

---

# Aktivitäten Fachvorstand



---

# Fachvorstand

- UP19 Programmkomitee
- Regionalgruppen
- Branchenreport 2019
- National Expert für UXQB
- Arbeitskreise
- Internationales – UXPA



---

# UP 19 Programmkomitee

- 272 Gutachten
  - 27/50 Full Presentation (136 Gutachten)
  - 6/14 Creative Presentation (42 Gutachten)
  - 20/21 Workshops (29 Gutachten)
  - 11/12 Tutorials (33 Gutachten)
  - 8/10 Young Professionals (32 Gutachten)
- Telefonkonferenz (4 Std.)
- Coaching Prozess
- Session Chairs



---

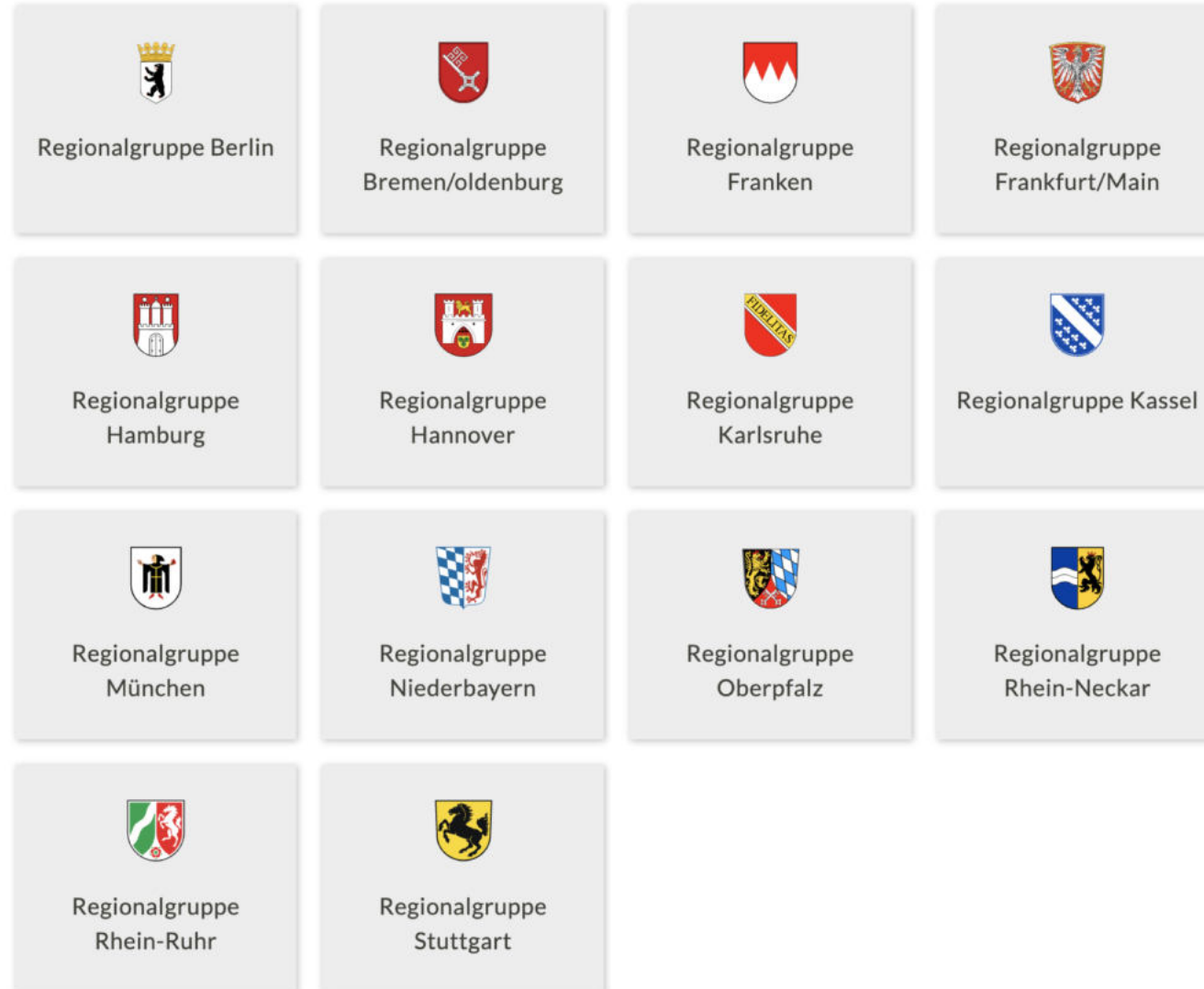
# UP 19 Programmkomitee

- Astrid Beck, GUI Design
- Kay Behrenbruch - Benkana Interfaces GmbH & Co. KG
- Martin Beschnitt - eresult GmbH
- Andreas Bleiker - yasashii GmbH
- Holger Fischer, eresult GmbH
- Oliver Gerstheimer - chilli mind GmbH
- Monika Gillessen - Freiberuflerin
- Sebastian Graeber - Elektrobit Automotive GmbH
- Rüdiger Heimgärtner - Intercultural User Interface Consulting (IUIC)
- Steffen Hess, Fraunhofer IESE
- Oliver Jacobs - ergonomics.
- Michael Jendryschik - MAXIMAGO GmbH
- Julia Käfer - Pixum / Diginet GmbH & Co. KG
- Jasmin Kuhn - itemis AG
- Andreas Lehmann - Lemisoft
- Hartmut Schmitt - HK Business Solutions GmbH
- Ulf Schubert - Datev eG
- Birgit Stenzel - Datev eG
- Marcus Trapp - Fraunhofer IESE
- Markus Weber - Pixopia GmbH
- Dominique Winter - OBI next



---

# 14 Regionalgruppen





---

# Arbeitskreise

- 10 Arbeitskreise
- Welcome Package und Anleitung für Neugründungen verfügbar!
- Herzlichen Dank an alle Beteiligten!
- Euer Einsatz ist Herz und Motor der Verbandsarbeit.





# 10 Arbeitskreise



Arbeitskreis  
Barrierefreiheit



Arbeitskreis Inhouse-  
UX



Arbeitskreis  
Interkulturalität



Arbeitskreis  
Nachwuchsförderung



Arbeitskreis  
Qualitätsstandards



Arbeitskreis Return on  
Invest UX



Arbeitskreis The  
Positive X



Arbeitskreis Usability  
in der Medizintechnik



Arbeitskreis Usable  
Security & Privacy



Arbeitskreis User  
Research



Arbeitskreis gründen



---

## (Arbeitskreis) (Semi-) Public Displays

- Eine klare definition-of-terms aufzusetzen
- Anwendungsgebiete zu erkunden
- Standards und Best Practices zu definieren
  - Nutzer, Nutzergruppen
  - Situationen und Bedingungen (Environments, personal situation, etc..)
  - Effekte auf Endnutzer
  - Optimierung
- Innovation / Was verbirgt sich in der Zukunft

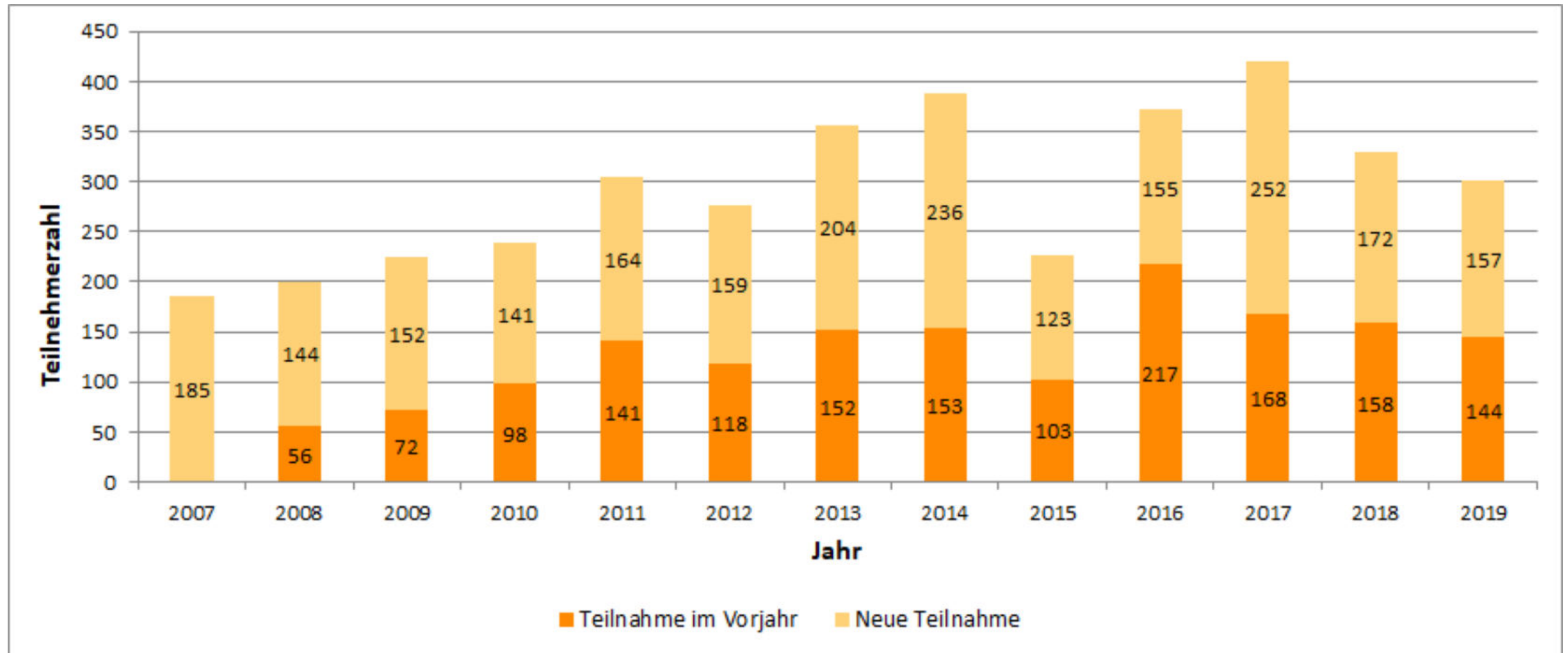
Meldet Euch bei Anne Stahl ([anne.a.stahl@capgemini.com](mailto:anne.a.stahl@capgemini.com))

---

# Branchenreport



# Teilnehmerentwicklung



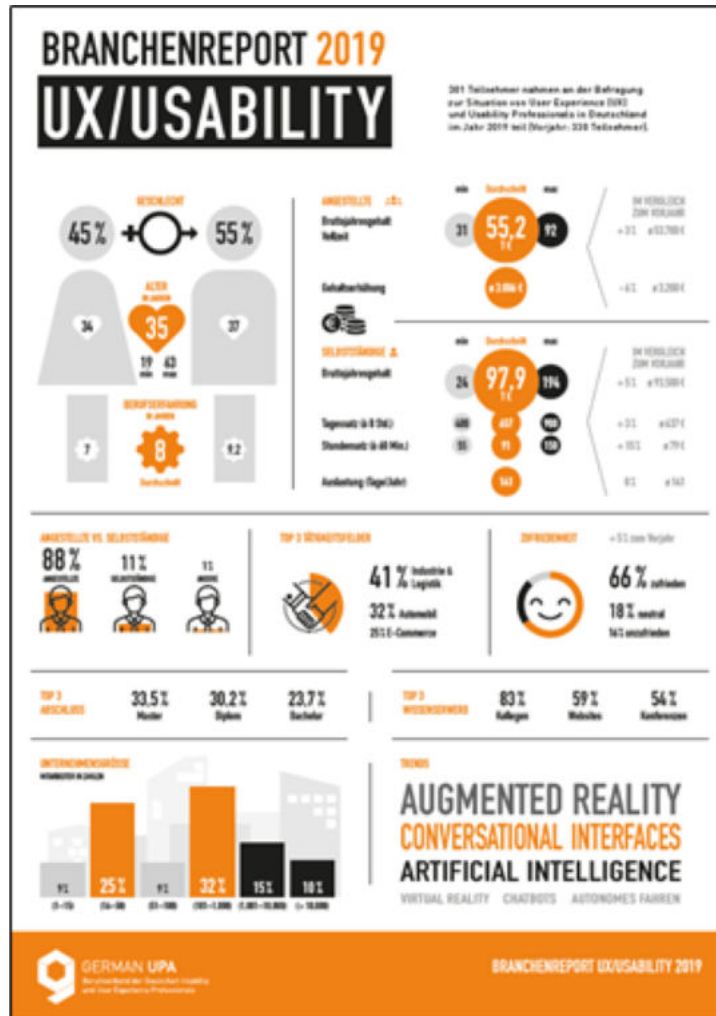


## Der “durchschnittliche” Teilnehmer ...

- ... ist **männlich** [55%]
- ... ist **35 Jahre** [Ø] alt
- ... arbeitet in **Bayern** [22%]
- ... studierte **Psychologie** [14%]
- ... hat einen **Master-Abschluss** [34%]
- ... hat **8 Jahre Berufserfahrung** [Ø]
- ... hat eine Zusatzausbildung als „**Certified Professional for Usability and User Experience**“
- ... nutzt zur **Weiterbildung** vor allem den **Austausch mit Kollegen** [81%]



- ... ist **Angestellter** [88%]
- ... arbeitet seit **5 Jahren** im **Unternehmen** [Ø]
- ... hat **170 Kollegen** [median]
- ... trägt die Berufsbezeichnung **User Experience Designer** [26%]
- ... verwendet **75% der Arbeitszeit** auf Tätigkeiten im Bereich **UX/Usability** [Ø]
- ... schätzt v.a. **Vielfalt** und **Abwechslung**
- ... ist **eher bis sehr zufrieden** mit der derzeitigen Tätigkeit [66%]
- ... verdient **55.222€** brutto im Jahr [Ø]



## Branchenreport UX/Usability 2019

**Stefan Trotter**  
 Sarah Diefenbach  
 stefan.trotter@lmu.de  
 sarah.diefenbach@lmu.de  
 Department Psychologie  
 LMU München  
 München, Deutschland

**Daniel Ulbrich**  
 daniel.ulbrich@ilr.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 (Übersverband 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 Aufgabengebiete, Verdienstmöglichkeiten, unternehmerische Aspekte, sowie aktuelle Trends und Potenziale. Zusätzliche Vergleiche mit vorherigen Jahren geben Aufschluss über Entwicklungen der Branche (z.B. Gehälter, Ausbildungsweg, 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 umfassenden 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 somit 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  $\alpha = 5\%$  vorliegt ( $p < .05$ ). Bei Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien basiert die Auswahl der Kategorien in der Regel auf den häufigsten Nennungen der Vorjahre.

**2 DEMOGRAPHIE**  
 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=3); 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; min=1; max=28) in der UX/Usability Branche tätig. Männliche Professionals haben mit 8,2 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, wieviel Prozent ihrer Arbeitszeit (in %) Professionals für Tätigkeiten im Bereich UX/Usability nutzen, variierten die Angaben im

<https://germanupa.de/usability-user-experience/branchenreport>

---

# National Experts



---

## National Experts seit September 2016

**National Experts**



Guido Tesch



Kay Behrenbruch





---

# Neue National Experts

## National Experts



Guido Tesch



Kay Behrenbruch



## (International Usability and UX Qualification Board)

Zusammenschluss internationaler Experten zur Entwicklung und Pflege des Zertifizierungsprogramms „Certified Professional for Usability and User Experience“

### Mitgliedsorganisationen:



German UPA



UX Schweiz



British UXPA



UX Danmark



UX PRO Austria

### Persönliche Mitglieder:

- Thomas Geis (1. Vorsitzender)
- Rolf Molich (2. Vorsitzender)
- Knut Polkehn
- Oliver Kluge
- Holger Fischer
- Dr. Rüdiger Heimgärtner



---

# Zertifikate des UXQB

## Basis:

- CPUX-F (Foundation Level) (4.486 zertifizierte Professionals)

## Aufbaustufen (Advanced Level):

- CPUX-UR (User Requirements Engineering) (165 zertifizierte Professionals)
- CPUX-UT (Usability Testing and Evaluation) (72 zertifizierte Professionals)
- CPUX-DS (Designing Solutions) - in Arbeit

(Zahlen sind Stand 1. Juli 2019)



---

## Aktivitäten in den letzten 12 Monaten

- **Entwicklung des CPUX-DS Curriculums (Fertigstellung geplant für Ende 2019)**
- Review der geheimen Prüfungsfragen für CPUX-UT (Januar 2019)
- UXQB Mitgliederversammlung (inkl. National Experts) (Februar 2019)
- CPUX-F Prüfungsordnung neu erstellt (März 2019)
- CPUX-UR Prüfungsordnung aktualisiert (März 2019)
- CPUX-UR Checkliste (Bewertungskriterien) der praktischen Prüfung aktualisiert (März 2019)
- CPUX-UR Beispiel-Testaufgaben aktualisiert (März 2019)
- CPUX-UT Öffentliche Beispiel-Prüfungsfragen aktualisiert (März 2019)

---

# Aktivitäten der Arbeitskreise



---

# Aktivitäten der Arbeitskreise - Paket 1



Arbeitskreis  
Barrierefreiheit



Arbeitskreis Inhouse-  
UX



Arbeitskreis  
Interkulturalität



Arbeitskreis  
Nachwuchsförderung



Arbeitskreis  
Qualitätsstandards

---

# Arbeitskreis Barrierefreiheit



# Mitglieder des AK Barrierefreiheit



29

Mitglieder

- Alexander Götze (TU Dresden)
- Andreas Helge (Allianz)
- Andreas Krancher (Fokus-UX)
- Anne-Marie Nebe (T-Systems)
- Beatriz Gonzalez (SinnerSchrader)
- Benedikt Janny (ISE-Ing.)
- Brigitte Bornemann (bit-informationsdesign)
- Christian Lammers (Accenture digital)
- Constanze Weiland (Siemens)
- Cornelia Schauber (YOUSE)
- Dieter Plonkiewicz
- Ediz Kiratli (VBG)
- Harald Weber (ITA)
- Janina Peissig (ui-labs)
- Jens Elfering (sinnoptics)
- Jörg Konrinek (DATEV)
- Jörg Morsbach (anatom 5)
- Markus Erle (wertewerk)
- Petra Kowallik (openText)
- Ramona Rösch
- Robert Tscharn (detecon)
- Stefan Farnetani (mindscreen)
- Susan Dittes (hessischer Rundfunk)
- Torsten Heilmann
- Ulrich Kreichgauer (SAP)
- Ursula Weber (DVBS)
- Viktoria Kostova
- Vivian Scheithe
- Wolfgang Bonhag (DATEV)
- **Du?**





# Projekte des AK Barrierefreiheit



1

fronta11y & GAAD

2

Statistik, Gesetze und Richtlinien

3

Best Practices, Test & Tools

4

Future Track

5

interne Struktur & Kommunikation

---

**Rückblick**

**2018**

**/19**

# Webinar: Praxistipps Barrierefreiheit

In dem Webinar kannst du lernen

- Wie Du als **Projektmanager** die **Qualitätssicherung** zur Barrierefreiheit sicherstellen kannst.
- Wie Du als **Designer** auf die **gestalterischen Herausforderungen** der Barrierefreiheit reagieren kannst.
- Wie Du als **Entwickler** die **Anforderungen beeinträchtigter Nutzer** implementieren kannst.
- Wie Du als **Redakteur digitale Inhalte barrierefrei** hinzufügen kannst.



<https://germanupa.de/berufsverband-german-upa/aktuelles/webinar-digitale-barrierefreiheit-im-software-life-cycle-anne>



**fronta11y.org**

# FRONTA11Y

GLOBAL ACCESSIBILITY AWARENESS DAY PARADE

[Artikel zum GAAD 2019](#)

[Artikel zum GAAD 2018](#)

[Über den GAAD](#)

[Der AK Barrierefreiheit](#)



**Fronta11y – Artikelserie zum GAAD 2019**



# fronta11y: GAAD parade

Global  
Accessibility  
Awareness  
Day

5

Artikel  
externer  
Experten

1

Christian Steiner

Das iPhone für Blinde

2

bitkom

Der Bitkom-AK Barrierefreiheit stellt sich vor

3

Simone Lerche

Menschen mit Behinderung testen Anwendungen

4

Sonja Weckenmann

Der neue BIK BITV/WCAG-Test

5

Georg Tschare

SiMAX – der Gebärdensprach-Avatar



# fronta11y: GAAD parade

Global  
Accessibility  
Awareness  
Day

8

Artikel  
aus dem  
AK

- 1 **Benedikt Janny** Mobilitätsprodukte für Menschen mit Beeinträchtigungen
- 2 **Jörg Morsbach** ARIA – ihm schmeckt's nicht
- 3 **Anne-Marie Nebe** Der European Accessibility Act
- 4 **Jörg Morsbach** Leichte Sprache – schwere Sprache
- 5 **Anne-Marie Nebe** Digitale Barrierefreiheit als Certified Quality
- 6 **Jörg Korinek** Screenreader Demonstration
- 7 **Jörg Morsbach** EU-Richtlinie 2102 – das wird hart
- 8 **Jörg Morsbach** Barrierefreiheit für Redakteure

# Fachschrift Universelles Design. Gut für alle.

Kapitel 1  
**Universelles Design für eine Welt ohne Barrieren**

Kapitel 2  
**Die Nutzer sind wir alle**

Kapitel 3  
**Gestaltungsprinzipien für universelles Design**

Kapitel 4  
**Gesetze, Richtlinien und Normen zur Barrierefreiheit**

Kapitel 5  
**Barrierefreiheit praktisch umsetzen**

Kapitel 6  
**Universelles Design ist wirtschaftlich**

Kapitel 7  
**Leseempfehlungen**



## Kapitel 5

# Barrierefreiheit praktisch umsetzen

Accessibility-Experten werden häufig zu spät gerufen, wenn es darum geht, ein barrierefreies Produkt zu entwickeln. Systementscheidungen stehen oft schon im Vorhinein fest, doch nicht auf jeder Plattform kann Universelles Design erfolgreich umgesetzt werden. Eine Faustregel besagt, dass Barrierefreiheit teuer und unzureichend wird, wenn sie im Softwareentwicklungsprozess erst zu spät als Anforderung erkannt wird. Werden dagegen von Anfang an die Anforderungen von Menschen mit Beeinträchtigungen berücksichtigt, so kann Barrierefreiheit oft kosteneutral umgesetzt werden.

## Barrierefreiheit im Human Centered Design

Das Ziel eines Human Centered Design (HCD) ist es, gebrauchstaugliche Produkte zu entwickeln. Dabei werden die potentiellen Benutzer in den Prozess eingebunden. In einem iterativen Prozess werden die Benutzeranfor-

derungen ermittelt, in Produktentwürfe umgesetzt und nach einem Nutzerstest verfeinert, bis die Lösung alle Anforderungen erfüllt. Der Prozess ist in der ISO-Norm 9241-210 (ISO 9241-210, 2019) beschrieben.

Barrierefreiheit ist ein Teil der Nutzeranforderungen. Barrierefreiheit in einem HCD-Prozess zu integrieren bedeutet, den größtmöglichen Nutzerkreis und einen erweiterten Nutzungskontext zu berücksichtigen. Inwieweit behinderte Nutzer in den Entwicklungsprozess mit einzubeziehen sind, ist abzuwägen.

## Anforderungen verstehen

Zu Beginn des HCD-Prozesses werden die Anforderungen der Benutzer vorwiegend im Hinblick auf das Fachkonzept erhoben. Die Thematisierung von Behinderungen stellt eine Erweiterung des Nutzungskontextes dar. Es ist festzustellen, welche Funktionseinschränkungen für die Nutzung der Anwendung relevant sind. Für ein öffentliches Informationssystem

---

**Ausblick**

**2019**

**/20**





---

# Ziele 2019/2020

## Intern

**Struktur und Kommunikation:** Arbeitsgruppenorganisation, Onboarding, AK-Calls und AK-Treffen

## Extern

**Information und Aufklärung:** praktische Tipps, gesetzliche Neuerungen, LandingPage

## Kooperation

**GI** Fachgruppe "Inklusion und Informatik" + **bitkom** AK Barrierefreiheit

## Vision

**Mainstream Barrierefreiheit**



## Ziele des AK Barrierefreiheit 2019/2020



1

Info-Seite “Test-Tools und Testverfahren”

2

fronta11y veröffentlicht mindestens 20 Artikel

3

Info-Seite “Gesetze und Richtlinien der Barrierefreiheit”

4

wir binden wirklich alle Mitglieder in die Projekte ein

5

wir knacken die Marke von 30 Mitgliedern



# **AK Barrierefreiheit**

Danke German UPA!

---

# Arbeitskreis Inhouse - UX



---

# Mitglieder



- Gloria Bonet Serra (EnBW AG)
- Mischa Eisenhuber (Löwenstein Medical Technology)
- Juliane Emisch (Lufthansa Industry Solutions)
- Carmen Fehrenbach (Telekom Deutschland GmbH)
- Andreas Höcherl (AIDA Cruises)
- Julia Käfer (Pixum)
- Veronique Kohls (Daimler AG)
- Meike Koldorf (Die Techniker)
- Christopher Kurtz (Volkswagen AG)
- Michael Palmen (milch & zucker)
- Sandra Riedewald (Proceq SA)
- Marvin Schenk (LTW Intralogistics GmbH)
- Björn Winter (d.velop AG)

# AK-Treffen in Hamburg im Februar 2019



Selbstbild und Zielgruppe des AKs



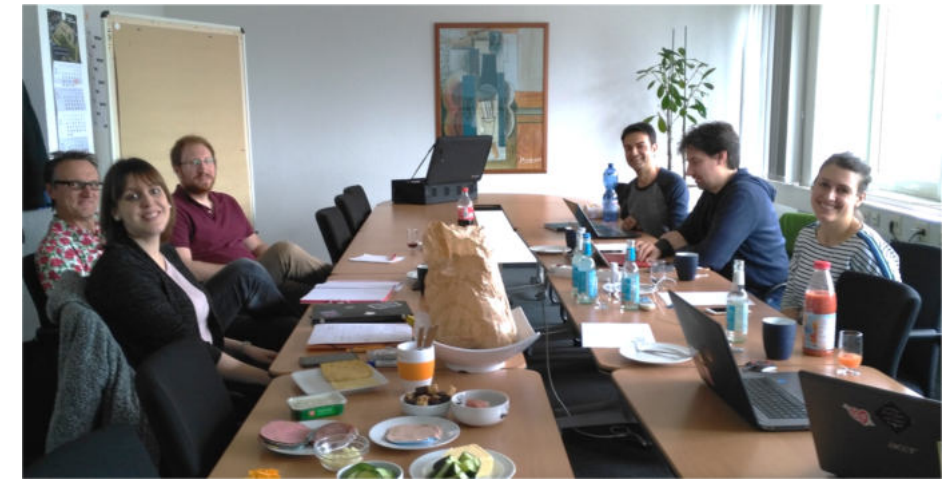
Organisatorische Themen



Bildung neuer Arbeitsgruppen



Networking & persönlicher Austausch





# Namensänderung

AK In-House Usability/UX

AK Inhouse-UX

vorher

nachher

Gründe

1

Kürzere Schreibweise für besseres Verständnis

2

User Experience (UX) als Oberbegriff für das Thema

3

“inhouse” offiziell anerkannte Schreibweise



# Situations- & Methodenkarten zur Stakeholder-Kommunikation



Diesjähriger Workshop

Mo, 09.09.2019 | 11.00 - 12.30 Uhr

Stakeholderwirksame UX-Kommunikation – Den UX-Inhouse-Effekt stärken durch starke Argumente



---

# **Arbeitskreis Interkulturalität**

---

## Aktive Mitglieder

- Prof. Astrid Beck (Stellv. AK-Leiterin)
- Dr. Rüdiger Heimgärtner (AK Leiter)
- Olga Lange
- Sebastian Linxen
- Margarethe Kostrubov
- Katrin Proschek
- Alkesh Solanki





---

## Aktivitäten 2019

- Antworten aus der GUPA-Umfrage 2018 analysiert
- Themensammlung zur Abarbeitung der zentralen Ziele, Fragestellungen, Themen und Inhalte zur Entwicklung interkultureller UI's eingegrenzt
- Vier thematische Arbeitsgruppen gegründet:
  - Forschung/Theorie
  - Industrie/Praxis
  - Prozesse/Methoden
  - UI/Design
- M&C Aktivitäten vorbereitet und durchgeführt
- AK-Checkliste, AK-Paper, AK-Poster für M&C 2019 erstellt

**AKTIVITÄTEN**

03.09.2018	M&C 2018 AK Workshop
01.03.2019	2. Face-to-Face Treffen
09.09.2019	M&C 2019 AK Workshop

Bedarfsorientierte AK-Telkos

# Arbeitsprodukte 2019

- Checkliste 2019
- Veröffentlichung "Berücksichtigung interkultureller Aspekte in der menschenzentrierten Gestaltung" (Erläuterungen zur Checkliste 2019)
- Poster des AK Interkulturalität



## Berücksichtigung interkultureller Aspekte in der menschenzentrierten Gestaltung Eine Checkliste für Usability Professionals 1st Draft September 2019



Diese Checkliste hilft Usability Professionals, das Thema Interkulturalität in ihren Projekten zu vertreten. Der Fokus liegt auf Anforderungen mit engem Bezug zu gängigen Usabilityanforderungen. Usability Professionals können so wesentliche interkulturelle Aspekte innerhalb der menschenzentrierten Gestaltung bewerten. Auf dieser Basis können sie gemeinsam mit den Stakeholdern des Projektes darüber beraten, ob ggf. ein Experte für die Entwicklung interkultureller Benutzungsschnittstellen hinzugezogen werden sollte.

Menschen unterschiedlicher Kulturen interagieren anders. Sie stellen daher auch andere Anforderungen an Informations- und Interaktionsparameter. Sowohl entsprechende Systemparameter und Ein- und Ausgabe-Methoden sowie Entwicklungsmethoden und -prozesse helfen dabei, derartige Anforderungen zu identifizieren und zu erfüllen. Diese Checkliste präsentiert wissenschaftlich fundierte Aspekte, welche bei der Planung und Durchführung von interkulturellen menschenzentrierten Projekten in der Praxis zu berücksichtigen sind.

### Stufen des interkulturellen UI-Designs

<b>Zeichen (Syntax)</b>	Auf der ersten Stufe (Zeichen) erfolgt die kulturelle Kodierung von Zeichen, d.h. Ein und Wiese der Informationsdarstellung in semantische Systeme einer Kultur – Zeichen als Ausdruck kultureller Werte (kulturelle Marker)“.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP 1.1 IN (U)</b>
<b>Verhalten (Pragmatik)</b>		
<b>Verstehen (Intention)</b>	Auf der zweiten Stufe (soziales Verhalten) geht es um Formen der kulturellen Wahrnehmung beschriebenen anhand von Kulturmerkmalen.	

Eine andere Einteilung der Stufen erfolgt nach dem TCC-Modell, welches die historische Entwicklung von IIRNA, IIRN bezeichnet: Technik (z.B. Stromanschluß), Sprache (z.B. Unicode), Kultur (z.B. Werte), Religion (z.B. Denkmuster).

### Ermittlung kulturabhängiger Gestaltungsempfehlungen

<b>Methode der kulturorientierten Gestaltung</b>	So werden Ressourcen eingespart und schnelle Lösungen zur ersten Orientierung und Aufwandschätzung für alle Stakeholder und Aufgabenbereiche des Gestaltungsprojektes ermöglicht.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP 1.3 IN (U)</b>
<b>Interkulturelle Variablen</b>		
<b>Benutzungsschnittstellenmerkmale</b>	Bei der Anwendung des IUD-Methodenansatzes werden einige Methoden in einem hybriden Ansatz integriert, um analytisch interkulturelle UI-Designempfehlungen ableiten zu können. Zunächst werden kulturelle Unterschiede anhand kultureller Dimensionen identifiziert und kulturelle Variablen für das Projekt abgeleitet. Mit diesem Wissen um kulturelle Unterschiede und betroffene Aspekte des MMI-Systems werden Aussagen auf das MMI-Design durch hypothesengestützte Übertragung mittels des kulturabhängigen MMI-Modells auf Benutzungsschnittstellenmerkmale und MMI-Dimensionen ermöglicht. Da Werte dieser Konzeptgruppen den MMI-Stil des Benutzers im jeweiligen kulturellen Kontext	
<b>MMI-Dimensionen</b>		
<b>Kulturdimensionen</b>		
<b>Modell kulturabhängiger MMI</b>		

NEU!  
 Checkliste zur Berücksichtigung interkultureller Aspekte in der menschenzentrierten Gestaltung

## ARBEITSKREIS INTERKULTURALITÄT

**ZIELE**

**Analysieren.** Wir untersuchen kulturelle Einflüsse auf das Usability-Engineering und das User Interface Design, um ethno-relativistisch Methodikkompetenz und Designschichten für entsprechende Zielkulturen abzuleiten.

**Sensibilisieren.** Wir schaffen Bewusstsein für interkulturelle Anforderungen und Vorgehensweisen in der Fachwelt durch Publikationen, Präsentationen und Veranstaltungen.

**Unterstützen.** Wir streben an, die Entwicklung interkultureller Methodikkompetenz zu fördern und die Arbeit im interkulturellen Kontext durch Checklisten und Guidelines zu unterstützen.

**THEMEN**

**Methoden für interkulturelle menschenzentrierte Gestaltung.** Methoden für Kulturabhängigkeit, Adaption, Nutzung, Toolbox, Research Patterns.

**Einfluss von Kultur auf die menschenzentrierte Gestaltung und das Produkt.** Stakeholder, Prozess, Arbeitsprodukte, Terminologie, Richtlinien, Internationale Normen, Standards, Vorgehensmodelle.

**Interkulturelle Zusammenarbeit.** Mentalität, Perspektive, Einstellung, WEIRD, Akzeptanz, Geschäftsgebräuen, Kontext, Projektmanagement, Kommunikation, Spezifikationsprache, Datensicht, Outsourcing.

GERMAN UPA  
Berücksichtigung der interkulturellen Aspekte  
in der menschenzentrierten Gestaltung

**KONTAKT**

ak-interkulturalitaet@germanupa.de  
Weitere Informationen unter: ak-interkulturalitaet.germanupa.de

## AK Interkulturalität

## Berücksichtigung interkultureller Aspekte in der menschenzentrierten Gestaltung

### Eine Checkliste für Usability Professionals 1st Draft September 2019



Diese Checkliste hilft Usability Professionals, das Thema Interkulturalität in ihren Projekten zu vertreten. Der Fokus liegt auf Anforderungen mit engem Bezug zu gängigen Usabilityanforderungen. Usability Professionals können so wesentliche interkulturelle Aspekte innerhalb der menschenzentrierten Gestaltung bewerten. Auf dieser Basis können sie gemeinsam mit den Stakeholdern des Projektes darüber beraten, ob ggf. ein Experte für die Entwicklung interkultureller Benutzungsschnittstellen hinzugezogen werden sollte.

Menschen unterschiedlicher Kulturen interagieren anders. Sie stellen daher auch andere Anforderungen an Informations- und Interaktionsparameter. Sowohl entsprechende Systemparameter und Ein- und Ausgabe-methoden sowie Entwicklungsmethoden und -prozesse helfen dabei, derartige Anforderungen zu identifizieren und zu erfüllen. Diese Checkliste präsentiert wissenschaftlich fundierte Aspekte, welche bei der Planung und Durchführung von interkulturellen menschenzentrierten Projekten in der Praxis zu berücksichtigen sind.

#### Stufen des interkulturellen UI-Designs

<b>Zeichen</b> (Syntax)	<b>Auf der ersten Stufe</b> (Zeichen) erfolgt die kulturelle Kodierung von Zeichen, d.h. Art und Weise der Informationsdarstellung (= semiotische Systeme einer Kultur – Zeichen als Ausdruck kultureller Werte („kulturelle Marker“)).	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP. 1.1 IN [1]</b> _____ _____ _____ _____
<b>Verhalten</b> (Pragmatik)		
<b>Verstehen</b> (Intention)	<b>Auf der zweiten Stufe</b> (soziales Verhalten) geht es um Formen der kulturellen Wahrnehmung beschrieben anhand von Kulturmodellen.	
Eine andere Einteilung der Stufen erfolgt nach dem TLCC-Modell, welches die historische Entwicklung von I18N/L10N beschreibt: Technik (z.B. Stromanschluss), Sprache (z.B. Unicode), Kultur (z.B. Werte), Kognition (z.B. Denkmuster).		<b>Auf der dritten Stufe</b> des interkulturellen User Interface Designs wird Kultur in ihrer Gesamtheit und Komplexität erfasst und verstanden (Verstehen der „Andersartigkeit/Fremdheit“).

#### Ermittlung kulturabhängiger Gestaltungsempfehlungen

<b>Methode der kulturorientierten Gestaltung</b>	So werden Ressourcen eingespart und schnelle Lösungen zur ersten Orientierung und Aufwandsschätzung für alle Stakeholder und Aufgabenbereiche des Gestaltungsprojektes antizipiert.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP. 1.3 IN [1]</b> _____ _____ _____ _____
<b>Interkulturelle Variablen</b>	Bei der Anwendung des IUID-Methodenmix werden obige Methoden in einem hybriden Ansatz integriert, um analytisch interkulturelle UI-Designempfehlungen ableiten zu können.	
<b>Benutzungsschnittstellenmerkmale</b>	Zunächst werden kulturelle Unterschiede anhand kultureller Dimensionen identifiziert und kulturelle Variablen für das Projekt abgeleitet.	
<b>MMI-Dimensionen</b>	Mit diesem Wissen um kulturelle Unterschiede und betroffene Aspekte des MMI-Systems werden Auswirkungen auf das MMI-Design durch hypothesengesteuerte Übertragung mittels des kulturabhängigen MMI-Modells auf Benutzungsschnittstellenmerkmale und MMI-Dimensionen ermittelt. Die Werte dieser Konzepte repräsentieren den MMI-Stil des Benutzers im jeweiligen kulturellen Kontext.]	
<b>Kulturdimensionen</b>		
<b>Modell kulturabhängiger MMI</b>		

#### Digitale Reife der verwendeten Sprache berücksichtigen

Prüfen, ob die Sprache bereits in digitalen Anwendungen verwendet wurde	Nicht jede Sprache wird durch Anwendungen wie Spell-Checks, Grammatikhilfen, Bot-Assistenten und andere KIs gleichermaßen unterstützt. Darüber hinaus gibt es viele Sprachen, welche nicht oder nur in sehr wenigen digitalen Angeboten verwendet werden. Hier ergeben sich vor allem Herausforderungen in Ländern mit seltenen Sprachen oder einer Multi-Sprachkultur. Außerdem besteht die Gefahr, dass ein technisch reduzierter Wortschatz in der Muttersprache eines Benutzers den Zugang zum Erlernen der Bedienung digitaler Technologie erschwert.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP. 3.2 IN [1]</b> _____ _____ _____ _____
Benutzer befragen, ob sie die Sprache im Kontext von Benutzungsschnittstellen erwarten und verstehen		
Geplante Wordings für Interaktionskomponenten mit Benutzern testen		
Übersetzer mit spezifischer Expertise zur Übersetzung von Benutzungsschnittstellen einsetzen		

#### Kulturelle Anpassung von Benutzungsschnittstellen

Kulturelle Modelle (Eisberg, Pyramide, Zwiebel, Dimensionen, Standards)	Die Globalisierung und ihre Auswirkungen beeinflussen sowohl globale als auch nationale Ausprägungen von Identität. Diese stellen keine polaren Gegensätze dar, sondern existieren nebeneinander. Benutzungsschnittstellen sind von Anfang an an kulturelle Unterschiede anzupassen. Die kulturellen Unterschiede können mittels Kulturdimensionen identifiziert werden und anhand von kulturabhängigen MMI-Modellen auf Merkmale von Benutzungsschnittstellen übertragen werden.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP. 3.1 IN [1] KAP. 3.3 IN [1]</b> _____ _____ _____ _____
Kulturabhängige MMI-Modelle (MICHMID, CUMO)		
MMI-Modelle (MMI-Dimensionen, Benutzungsschnittstellenmerkmale)		
Internationalisierung (I18N) und Lokalisierung (L10N)		

#### Berücksichtigung kultureller Fähigkeiten mittels Global User Research

Visuelle Wahrnehmung und Aufmerksamkeit	Kulturelle Präferenzen und Fähigkeiten der Benutzer in einem sehr unterschiedlichen (kulturellen) Kontext stellen Herausforderungen an die Gestaltung von MMI-Systemen. Um entsprechende Gestaltungslösungen zu kreieren, ist ein umfassendes Verständnis der Auswirkungen kultureller Fähigkeiten zu erarbeiten, um MMI-Systeme manuell während der Entwicklungsphase oder automatisch zur Laufzeit an die kulturellen Präferenzen und Fähigkeiten des Benutzers anzupassen.	<b>PRÜFSCHRITTE: KAP. 3.4 IN [1]</b> _____ _____ _____ _____
Veränderungen der Benutzungsschnittstelle		
Objektgruppierung und -kategorisierung		
Denken aus (analytisch versus ganzheitlich)		
Auswirkung der Sprache auf Navigation und Layout (z.B. Leserichtung)		

Literatur:  
 [1] Berücksichtigung interkultureller Aspekte in der menschenzentrierten Gestaltung - Erläuterungen zur „Checkliste 2019“ des AK Interkulturalität der German UPA. Heimgärtner, R., Beck, A., Proschok, K., Solanki, A., Lango, O., Kostrubov, M. 2019.

**FEEDBACK? ANREGUNGEN? FRAGEN?**  
**JEDERZEIT GERNE AN DEN ARBEITSKREIS INTERKULTURALITÄT**

**Kontakt**  
 E-Mail an: [AK-Interkulturalitaet@germanupa.de](mailto:AK-Interkulturalitaet@germanupa.de)  
 Weitere Informationen unter:  
<http://ak-interkulturalitaet.germanupa.de>



---

## Geplante Aktivitäten 2020

- Erarbeitung einer Methodenmatrix inklusive Verwendungsanleitung für das interkulturelle UI/UX-Design
- Ausbau der IUID-Checkliste
- Planung der Erstellung einer Fachschrift
- Akquise weiterer aktiver AK-Mitglieder
- Erweiterung der Öffentlichkeitsarbeit

**AKTIVITÄTEN**

März 2020	3. Face-to-Face-Treffen
Sept. 2020	M&C 2020 AK Workshop

Bedarfsorientierte AK-Telkos

---

# Arbeitskreis Nachwuchsförderung

# Angebote AK Nachwuchsförderung

## Summerschool

**12. Summerschool 2019:** nach wie vor gefragt. Guter Pool von Referenten. Flyer.

## Winterschool

**3. Winterschool 2019:** läuft auch. Referenten wechseln, gerne auch an mich wenden. Flyer.

## Challenge

**UX Challenge im Rahmen der MuC:** 2019 mit Rekordbeteiligung

## Profis für Profis

**Profis für Profis ist neu!**



---

# Arbeitskreis Qualitätsstandards



---

# Der Arbeitskreis



**Andreas  
Bleiker**

yasashii GmbH



**Indra  
Burkart**

erestult GmbH



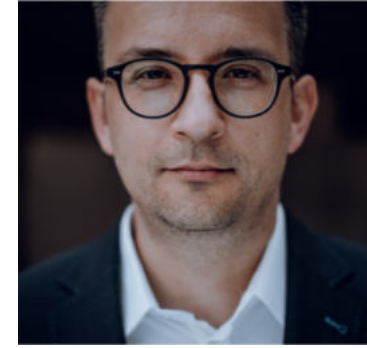
**Holger  
Fischer**

erestult GmbH



**Jutta  
Fortmann**

the peak lab.



**Michael  
Jendryschik**

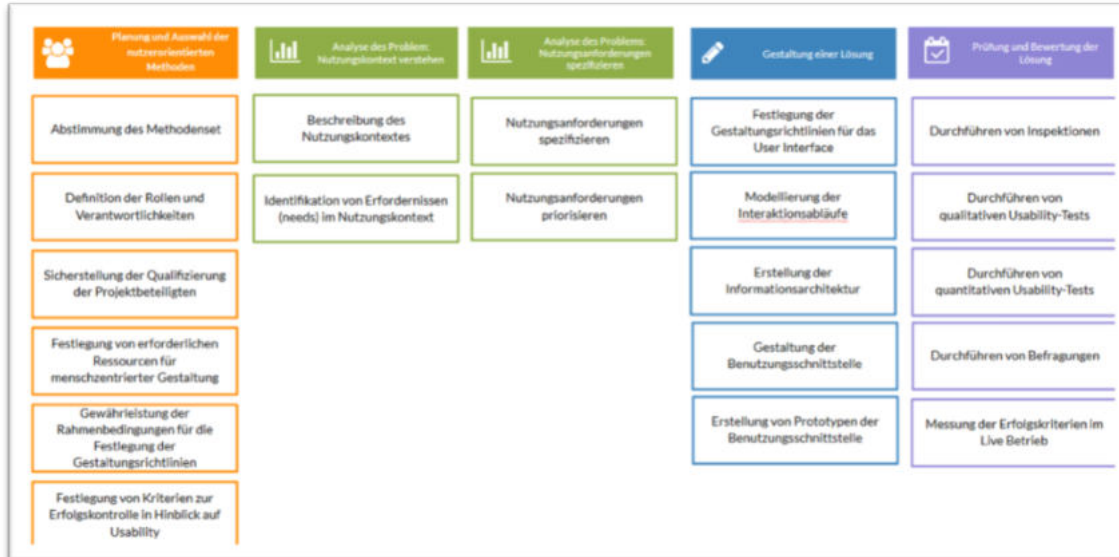
MAXIMAGO GmbH



**Lara  
von Massow**

erestult GmbH

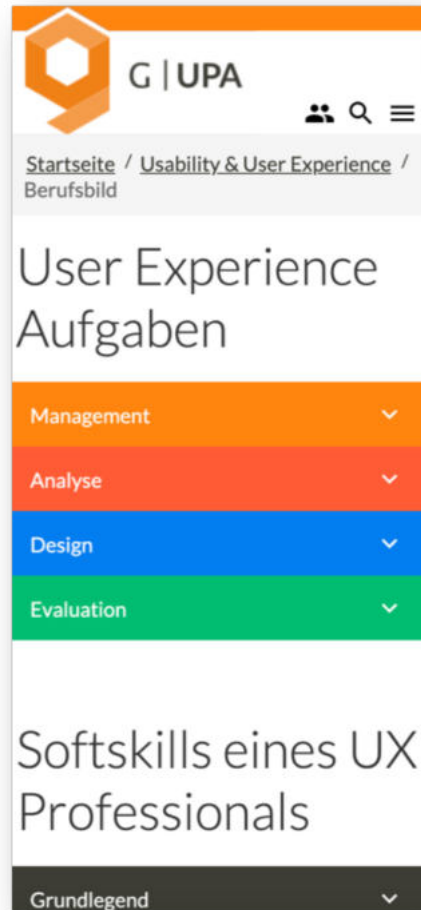
# Neuaufgabe der Fachschrift “Berufsfeld Usability & UX”



## 2018/2019

- Inhaltliche Aktualisierung
  - Handlungsfelder statt Rollen
  - Aufgaben, Zweck, Kompetenzen, Soft Skills
- Optimierte Lesbarkeit
- Interaktives Format
- Feedback von der MuC 2018 verarbeitet

# Neuaufgabe der Fachschrift “Berufsfeld Usability & UX”



## 2019/2020

- Einsammeln von Feedback (Axure Prototyp)
- Workshop MuC 2019
  - Validierung Soft Skills
  - Erweiterung um Aus-/Weiterbildung
  - Erweiterung um Methoden & Tools
- Detaillierte interaktive Version      Anfang 2020
- Management Summary (PDF)      Ende 2019



---

# Aktivitäten der Arbeitskreise - Paket 2



Arbeitskreis Return on  
Invest UX



Arbeitskreis The  
Positive X



Arbeitskreis Usability  
in der Medizintechnik



Arbeitskreis Usable  
Security & Privacy



Arbeitskreis User  
Research

---

# Arbeitskreis Return on Invest



---

# Arbeitskreis ROI UX

## WHY

**Selling UX:** Mehrwert von UX-Arbeit bestimmen, argumentieren und Support gewinnen


## HOW

**Kommunikationshilfen:** Vorbereiten und verbreiten geeigneter Informationen und Materialien

## WHAT

**Fakten und Methoden:** Sammeln, zusammenstellen und erarbeiten

## GOALS

Flyer: 

Poster: 

**Situations- und Methodenkarten (vgl. AK-Inhouse):** Zuarbeit relevanter Karten

# Flyer und Poster

## ARBEITSKREIS RETURN ON INVEST

UX-Nutzen kennen, UX-Erfolg kommunizieren, UX-Aufwand argumentieren.

### ARBEITSKREIS RETURN ON INVEST

**ZIELE**  
**Wie kann ich den Erfolg meiner UX-Arbeit messen und kommunizieren?**  
 Wir möchten UX-Schaffende unterstützen, den Stellenwert von UX zu erhöhen und ihr Team/Ihre Organisation erfolgreich durch UX voranzubringen!

**THEMEN**  
 Methoden und Material zur Umsetzung unserer Leitbilder für überzeugende UX-Kommunikationsarbeit!

**Werde zum UX-Missionar.**

**Lass Dich messen.**

**Starte mit effizienten Methoden.**

**Adressiere die Ziele des Empfängers.**

**Nimm den Unternehmenserfolg als Maßstab.**

**Kommuniziere anschaulich.**

**Nutze die Wirkung von Expertenbeiträgen.**

**Schaffe Verständnis durch Transparenz im Team.**

**GERMAN UPA**  
 Die German UPA ist der deutschsprachige Berufsverband für Usability und UX Professionals. Die Arbeitskreise sind die treibende Kraft hinter der Entwicklung des Berufsbildes der Usability Professionals. Führende Experten im deutschsprachigen Raum bringen ihre Erfahrungen in den Arbeitskreisen ein und formen so das heutige und das kommende Berufsbild.

Eine Mitarbeit in diesen Expertenkreisen ermöglicht Ihnen, diesen Prozess aktiv mitzugestalten. Sie erhalten einen breiten Einblick in die jeweiligen Aufgabenfelder und deren Anforderungen.

**KONTAKT**  
 ak.roi@germanupa.de  
 Weitere Informationen unter:  
 ak-roi.germanupa.de

**GERMAN UPA**  
 Berufsverband der Deutschen Usability und User Experience Professionals

## ARBEITSKREIS RETURN ON INVEST

**WIE KANN ICH DEN ERFOLG MEINER UX-ARBEIT MESSEN UND KOMMUNIZIEREN?**  
 Wir möchten UX-Schaffende unterstützen, den Stellenwert von UX zu erhöhen und ihr Team/Ihre Organisation erfolgreich durch UX zu voranzubringen!

**LEITBILDER FÜR ÜBERZEUGENDE UX-KOMMUNIKATIONSARBEIT**

**Werde zum UX-Missionar.** Sei Dir bewusst, dass Du überzeugen musst und gehe zielgerichtet vor – kommuniziere strategisch und kontinuierlich.

**Lass Dich messen.** Sei offen für die Forderung nach einem Erfolgsnachweis und finde Wege zur Erfolgsmessung und -steuerung.

**Starte mit effizienten Methoden.** Plane erste Erfolgsmessungen pragmatisch – alltagstaugliche Datenerhebung mit wenig Aufwand erleichtern den Einstieg. Besser einfach beginnen als an Perfektionismus scheitern.

**Adressiere die Ziele des Empfängers.** Verstehe die Ziele deiner Stakeholder – versuche diese in UX-Ziele und Kennzahlen zu übersetzen und damit zielgerichtet zu argumentieren.

**Nimm den Unternehmenserfolg als Maßstab.** Stelle UX-Erfolge im Kontext des Beitrags zum Erreichen der Unternehmensziele und des Gesamterfolgs dar – nur diese sind für Stakeholder relevant.

**Kommuniziere anschaulich.** Bereite Argumente und Informationen anschaulich und leicht zu verstehend auf – solches Material fördert Auseinandersetzung und Weiterverbreitung.

**Nutze Expertenwirkung.** Stütze deine Argumentation, wenn möglich, mit externer Expertise – fachliche Quellen oder Experten von außen zählen häufig mehr als interne Beiträge.

**Schaffe Transparenz im Team.** Schätz gemeinsam den UX-Nutzen bei Aufgabepriorisierung – arbeite im Team den „Business Value“ der geplanten UX-Aufgaben heraus und schaff dadurch Sichtbarkeit und Verständnis.

**KONTAKT**  
 ak-roi@germanupa.de  
 Weitere Informationen unter: ak-roi.germanupa.de

**GERMAN UPA**  
 Berufsverband der Deutschen Usability und User Experience Professionals



---

# Newsletter-Beitrag

## viele Anfragen - potentielle AK-Neumitglieder

29.03.2019 | Arbeitskreis Return on Invest

### Ist eine Business-Rechtfertigung für User-Centered Design möglich?!

**Eine neue Studie zeigt einen Weg, den Erfolg von UUX-Aktivitäten auf das Erreichen von wirtschaftlichen Zielen abzubilden: UUX-Professionals können damit endlich in der Sprache der Manager kommunizieren und überzeugen.**

Arik Friedman und Ilias Flaounas von Atlassian... [weiterlesen](#) →



---

# 2019/2020: Fortsetzung Kooperation mit AK Inhouse-UX

Zuarbeit zu Situations- und Methodenkarten:

ROI-Inhalte aus Workshop MuC 2018



Quelle Grafik: AK Inhouse-UX

---

# Arbeitskreis The Positive X

## Vorreiter und Helden von The Positive X



**Prof. Dr. Marc Hassenzahl**

“UX”, „Experience Design“  
(Hassenzahl, 2008; 2010;  
Hassenzahl et al., 2013)



**Prof. Dr. Pieter Desmet**

„Towards Happiness:  
Possibility-driven design“  
(Desmet & Hassenzahl, 2012)

“While a problem-driven approach takes a problem as a start, a possibility-driven approach looks out for a possibility.

Importantly, **this possibility must be rooted in our knowledge of happiness, in human practice and human needs.**”

(Desmet & Hassenzahl, 2012, p. 11)



---

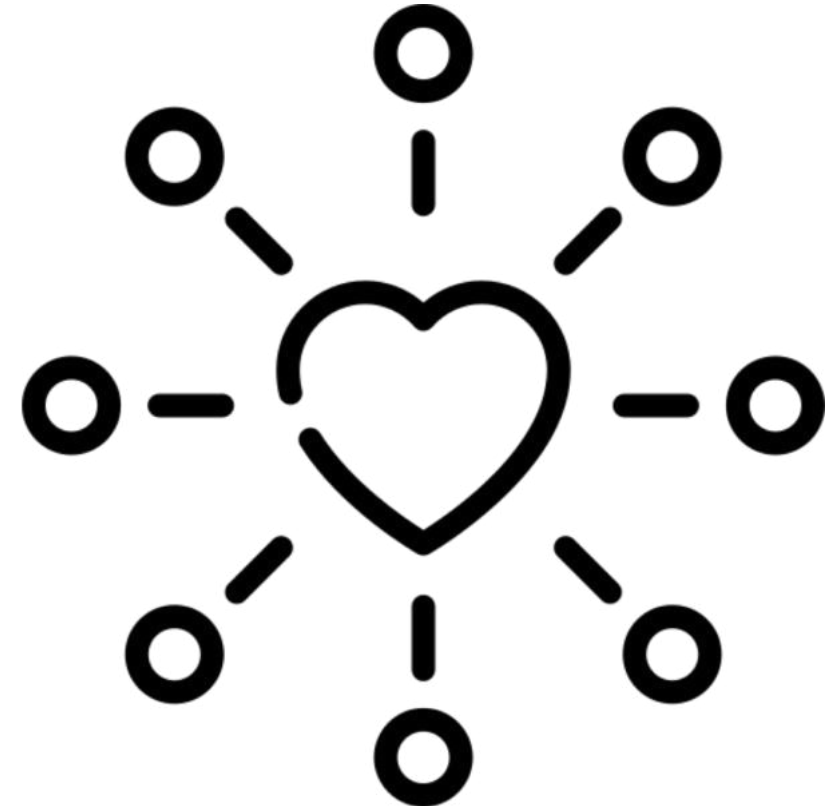
# Ziel und Forschungsfragen

## positiv-psychologische Perspektive auf die UX

**Ziel:** positive Emotionen sowie Wohlbefinden der Benutzer fördern

### Forschungsfragen:

- Was sind die Faktoren und Aktivitäten, die positive Emotionen und Wohlbefinden fördern?
- Und wie können diese Einsichten bei der Gestaltung interaktiver Systeme verwirklicht werden?





---

# Ziele und Aufgaben



**Gemeinsam “The Positive X” erforschen, voneinander lernen und zusammentragen.**

Theorien, Lessons Learned und How-To's.



**Mindset und Methoden im Arbeitsalltag anwenden.**

Die Welt von Morgen für Menschen proaktiv positiv gestalten.



**Begeisterung teilen und Menschen inspirieren.**

Als Botschafter auftreten: Einsichten veröffentlichen sowie Vorträge und Workshops halten.



---

# Aktivitäten 2019



1

Sammlung: Ziele und potentielle Aufgaben

2

Monatliche Treffen im Workshop-Format

3

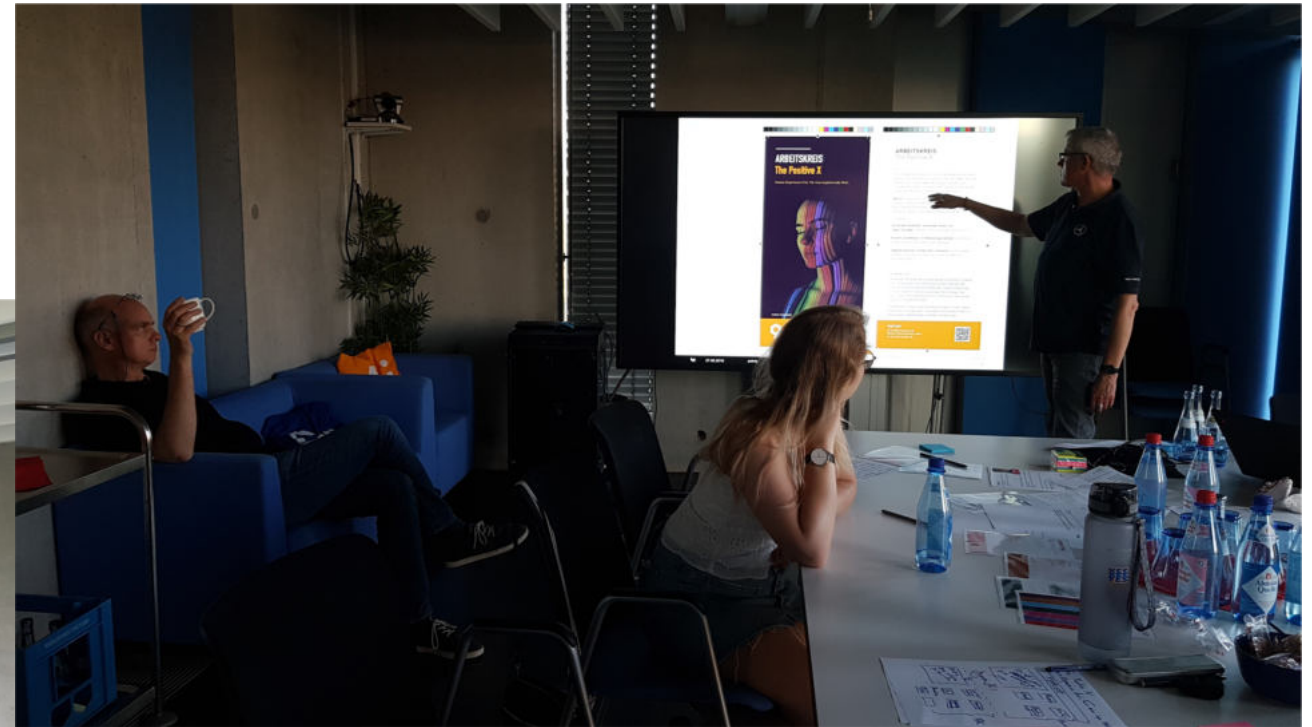
AK Flyer & Poster

4

AK Workshop und Paper: Vom Problemlöser zum Erlebnisgestalter



# Einblick







## geplante Aktivitäten 2020



1

Monatliche Treffen im Workshop-Format

2

GermanUPA Microseite

3

z.B. Literaturempfehlungen und „How-To's“

4

weitere Vorträge, Workshops



---

# Mitglieder 2019

## AK Leitung

Cristina Hermosa Perrino (points GmbH)

## Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Michael Burmester (HdM, Stuttgart) und Prof. Dr. Sarah Diefenbach (LMU, München)

## Mitglieder

Joachim Machate (Daimler AG), Katharina Zeiner (Siemens), Nora Fronemann (FhG IAO), Nektaria Tagalidou (FhG IAO), Katharina Schippert (IBM), Katharina Clasen (Information Lovers), Axel Hillebrand (Usetree), Cornelia Lüderitz (Usetree), Vera Fink (TU Chemnitz), Elisabeth Stein (HdM), Manuel Kulzer (HdM), Kristin Haasler (HdM), Jenny Langenhan (Studentin) und Sonja Pietsch (Studentin)

**Und auch Du?**



---

# Literatur und Referenzen

- Desmet, P. M. A., & Hassenzahl, M. (2012). Towards happiness : Possibility-driven design. In M. Zacarias & J. V. de Oliveira (Eds.), *Human-computer interaction: The agency perspective* (pp. 1–27). New York, NY: Springer.
- Hassenzahl, M. (2008). User experience (UX): towards an experiential perspective on product quality. In *Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine* (pp. 11–15). ACM. Retrieved from <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1512717>
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. Breiningsville: Morgan & Claypool.  
<https://doi.org/.2200/S00261ED1V01Y201003HCI008>
- Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Diefenbach, S., Laschke, M., Lenz, E., & Kim, J. (2013). Designing Moments of Meaning and Pleasure. Experience Design and Happiness Understanding Experiences. *International Journal of Design*, 7(3), 21–31.



Work created with  
Scenes™ by SAP  
AppHaus

---

# **Arbeitskreis Usability in der Medizintechnik**



# Arbeitsgruppen - AK Usability in der Medizintechnik



1

Usability von Gebrauchsanleitungen

2

Zertifizierung CPUX-MED

3

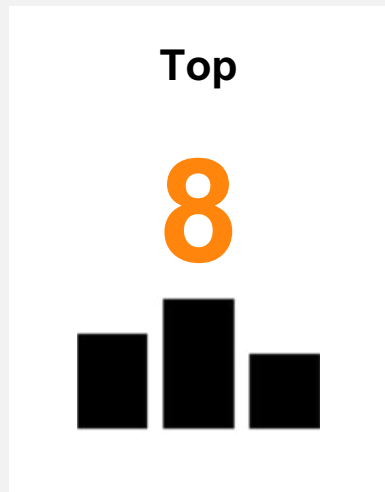
Kooperationen mit anderen Verbänden

4

Gestaltung einer neuen Fachschrift



# Aktivitäten - AK Usability in der Medizintechnik



- 1 Whitepaper** → Gebrauchsanweisungen in der Medizintechnik
- 2 Normensammlung** → Welche Norm ist für UX wichtig?
- 3 Telefonkonferenz AK** → Abstimmung im Arbeitskreis
- 4 Telefonkonferenz AG** → Abstimmung in den Arbeitsgruppen
- 5 Workshop UP2019** → Kommunikation der Arbeit an Interessierte
- 6 Persönliches Treffen** → Zusammen arbeiten (dieses Jahr ausgefallen)
- 7 Entwurf Lehrplan** → Vorbereitung für den CPUX-MED
- 8 Netzwerk für UX-MED** → Kontakte für die zukünftige Zusammenarbeit



---

# Herausforderungen - AK Usability in der Medizintechnik

1

UX-Experten für Medizintechnik sind gefragt und gut ausgebucht.

2

Hohe Fluktuation im Arbeitskreis.

3

Mitglieder sind über ganz Deutschland verteilt.

**GOALS**

**Stärkung der Arbeitsgruppen:** Konzentrierte und fokussierte Arbeit an einem Thema



---

## Mitglieder - AK Usability in der Medizintechnik

- **Andreas Lehmann**
- Anja Schultz
- Benno Löwenberg
- Birgit Schmid
- Daniel Gerlach
- Hendrik Homans
- Jan Siegmann
- Karin Grimm
- Markus Wild
- Matthias Reisemann
- Matti Schwalk
- **Michael Engler**
- Mischa Eisenhuber
- Oliver Gerstheimer
- Phillip Schütz
- Ralf Thoenke
- Rommy Kniewel
- Saskia Wiedenroth
- Stefan Pfeffer
- Thore Reitz
- Thorsten Konersmann

Ein dickes Dankeschön für eure Mitarbeit!



---

# Arbeitskreis Usable Security & Privacy



---

# AK Usable Security & Privacy

- Anne Hofmeister, Technische Hochschule Köln
- Arkadiusz Frydyada de Piotrowski, CONDEPIO - Consulting Frydyada de Piotrowski
- Denis Feth, Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering IESE
- Gina Maria Schmidbauer-Wolf, TU Darmstadt
- Hannes Johne, BIM Berliner Immobilienmanagement GmbH
- Hartmut Schmitt, HK Business Solutions GmbH
- Jessica Miriam Zinn, User Experience Consultant
- Leo Heuser, Hochschule Hamm-Lippstadt
- Luigi Lo Iacono, Technische Hochschule Köln
- Mandy Balthasar, Universität der Bundeswehr München
- Markus Dölle, User Experience Consultant
- Nina Gerber, KIT - Karlsruher Institut für Technologie
- Timo Jakobi, Universität Siegen

Wer wir sind



# Rückblick 2018/2019

- Literatursammlung auf GitHub
- Fachschrift: Neuauflage, englische Übersetzung
- regelmäßige Blogbeiträge
- Mitgliederbefragung
- AK-Workshop/Beitrag
- wissenschaftlicher Workshop
- diverse Veranstaltungen (u. a. Privacy Week Berlin)
- regelmäßige Telefonkonferenzen
- AK-Treffen (TH Köln)

Usable Security and Privacy Reading List

This page collects literature worth reading from the field of Usable Security and Privacy. The list is managed by the German UPA and **everyone can contribute** to it by [creating a pull request on GitHub](#). After reviewing the request, we will add the new literature entry to the list.

🔍 authors ▼ 🔍 keywords ▼ 🔍 category ▼

### Usability Meanings and Interpretations in ISO Standards

by Alain Abran, Adel Khelifi, Witold Suryn, Ahmed Seffah  
published in: Software Quality Control 11(4), S.325-338, 2003. [More information](#)

*"This paper gives an overview of the definition and quality characteristics of the term usability of various ISO standards. Interestingly, security is mentioned in some standards as a quality feature of usability."*

---

# Rückblick 2018/2019

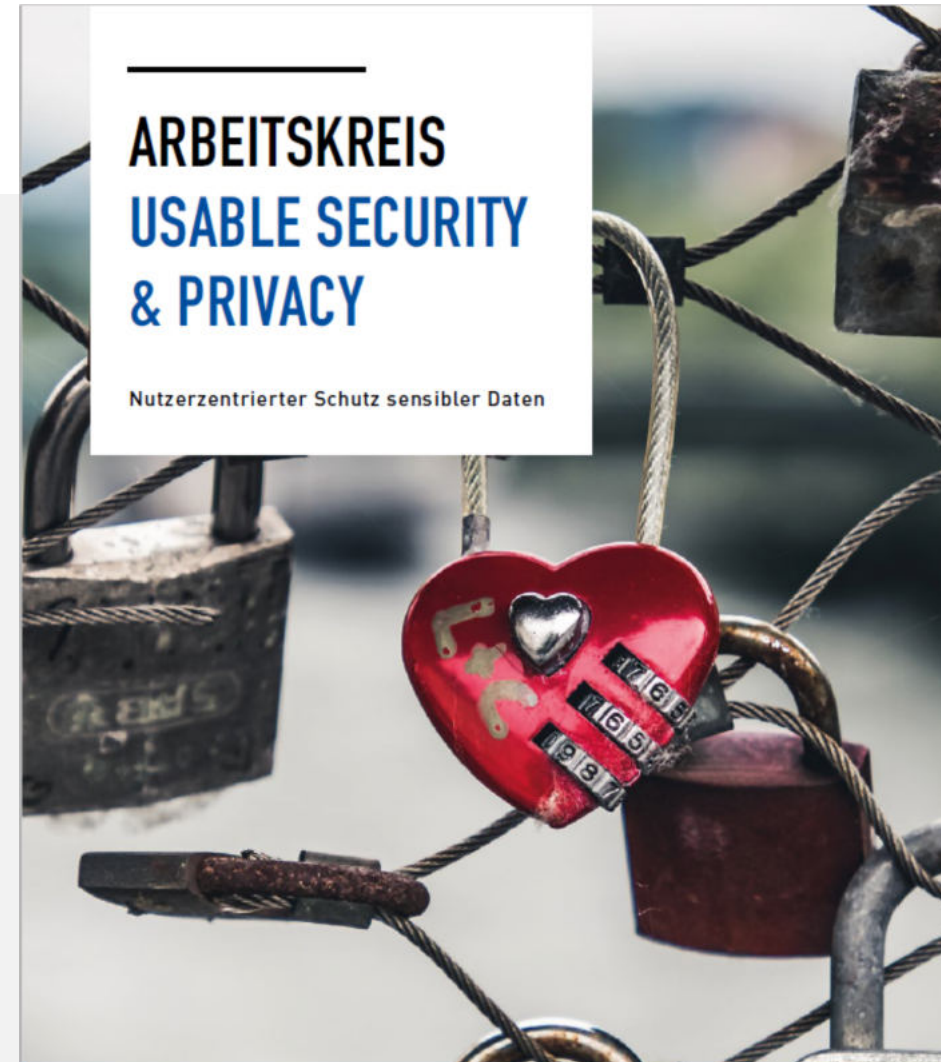


Arbeitskreistreffen an der TH Köln, 26. April 2019  
(Bildrechte: Michael Schuff, TH Köln)



## geplante Arbeiten 2019/2020

- Fachschrift englisch (PDF)
- Literatursammlung ausbauen
- Blogserie: Passwortsicherheit, Erfahrungen mit Passwort-Managern ...
- Webinar
- Verbreitung/Veranstaltungen
- Vernetzung, z. B. UXPA, GI
- regelmäßige(re) Telefonkonferenzen
- AK-Treffen



---

# Arbeitskreis User Research



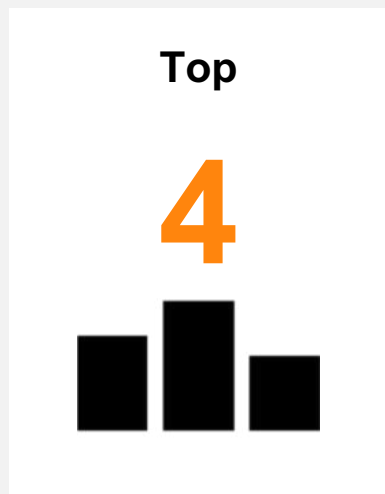
---

## Unser Arbeitskreis: Aktuell 15 Mitglieder





# Übersicht der Aktivitäten im letzten Jahr



- 1 Fachschrift** Übersicht User Research, Erstveröffentlichung
- 2 Fragebogenmatrix** Interaktive Lösung auf Website, M&C Launch
- 3 AK Workshop** Herausforderungen von User Researchern
- 4 Mitgliederbefragung** Detailauswertung für User Researcher



# Fachschrift

## Kapitel 3

# Warum ist User Research so wichtig?



- Was ist User Research?
- Praxisbeispiele
- Warum ist User Research so wichtig?
- User Research im Entwicklungsprozess
- Was zeichnet gute User Research aus?
- Durchführung
- Auswertung und Verbreitung
- Umgang mit Vorurteilen ggü. User Research



# <https://www.germanupa.de/fragebogenmatrix>

## Fragebogenmatrix

Sprachen

Optionen auswählen ▾

Einsatzfelder

- Alle - ▾

Gemessene Dimensionen

Optionen auswählen ▾

### TA-EG

Fragebogen zur Technikaffinität

TA-EG erfasst die Einstellung zu und Umgang mit elektronischen Geräten

### SEQ

Single Ease Question

Zur Erfassung der Aufgabenschwierigkeit

### SUS

System Usability Scale

zur Erfassung von Usability

### MUMMS

Measuring the Usability of Multi-Media Systems

zur Erfassung von Beeinflussung, Kontrolle, Effektivität, Nützlichkeit, Lernfähigkeit

### ASQ

After Scenario Questionnaire

ASQ zur Erfassung von subjektiven Zufriedenheit.

### VisAWI

Visual Aesthetics of Websites Inventory

VisAWI ist ein Fragebogen zur Erfassung von Einfachheit, Vielseitigkeit, Farbigkeit,...

### UEQ

User Experience Questionnaire

zur Erfassung von Attraktivität, Durchschaubarkeit, Effizienz, Vorhersagbarkeit, Stimulation,...

### QUESI

Questionnaire for Measuring the Subjective Consequences of Intuitive Use

QUESI zur Erfassung subjektive Komponente der intuitiven Benutzung.



---

# Ausblick 2019/2020

Fragebogenmatrix ausbauen, Crowdsourcing

Feedback Fachschrift

AK Workshop

**Arbeitskreis  
Jahr  
2019/2020**

Vernetzung mit anderen AKs

Internationalisierung

Etwas vergessen? Sprech uns gerne an! :-)

---

# **Usability Achievement Award**



---

## Usability Achievement Awards goes to...

**Andreas Lehmann**



German UPA Vize Präsident  
AK Leitung Medizintechnik  
WUD München  
Regionalgruppe München

---

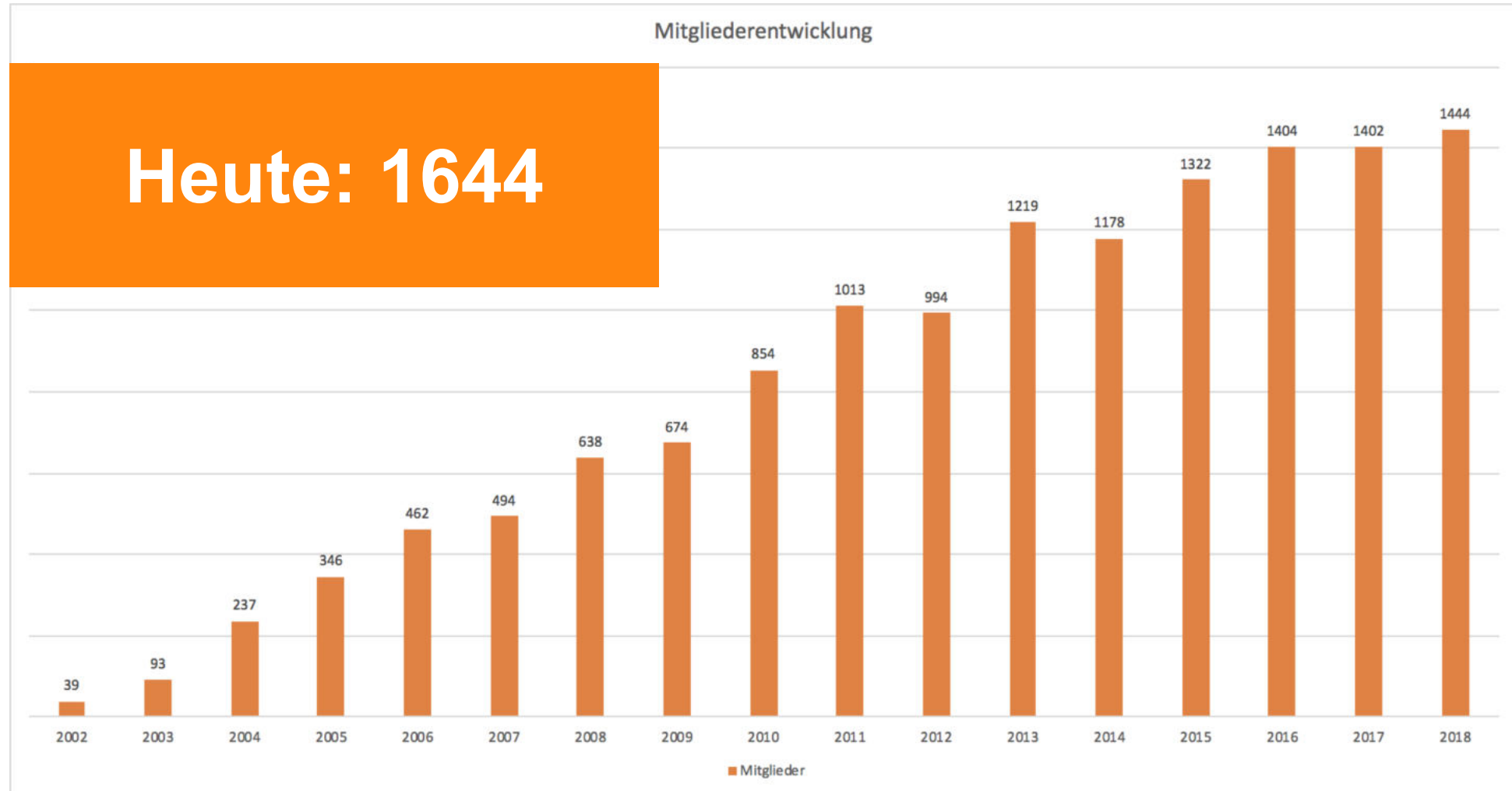
**PAUSE bis 17:55 Uhr**

---

# Mitglieder und Kassenbericht



# Entwicklung der Mitgliederzahlen







---

# Kassenbericht 2018/2019 - Umsätze

<b>Kassenstand am 01.07.2018</b>				<b>118.806,20</b>
Einnahmen	Kostenstellen		34.695,17	
	Mitgliedsbeiträge		80.550,00	
	i-Com		3.055,12	
	Sponsoring		56.078,75	174.379,04
<b>Zwischensumme</b>				<b>293.185,24</b>
Ausgaben	Kostenstellen	-	143.094,27	
	Mitgliedsbeiträge	-	837,11	
	i-Com	-	3.648,7	
	Sponsoring	-	1.750,00	- 149.330,08
<b>Kassenstand am 30.06.2019</b>				<b>143.855,16</b>

Alle Beträge in EUR



---

# Kassenbericht 2018/2019 - Salden

Salden	Postbank	140.062,81	
	VISA Prepaid Kreditkarte	929,68	
	PayPal	2.899,67	
<b>Kassenstand am 30.06.2019</b>			<b>143.855,16</b>

Alle Beträge in EUR



## Kassenbericht 2018/2019 - Budgets

Kostenstelle	Budget	Ausgaben	Einnahmen	Saldo
Präsidium	33.400,00	- 9.944,00	0,00	23.456,00
Veranstaltungen	11.550,00	- 15.324,56	12.662,34	8.887,78
UP-School	6.600,00	- 828,85	7.562,50	13.333,65
AK-Themen	8.300,00	- 6.928,66	0,00	1.371,34
Fachschriften	18.550,00	- 776,89	23,54	17.796,65
Geschäftsbetrieb	15.650,00	- 15.519,28	5.573,02	5.703,74
Webseite	16.500,00	- 11.882,22	2.457,35	7.075,13
Werbematerialien	26.350,00	- 38.756,29	6.416,42	- 5.989,87
Personalkosten	52.000,00	- 43.133,52	0,00	8.866,48
<b>Summe</b>	<b>188.900,00</b>	<b>- 143.094,27</b>	<b>34.695,17</b>	<b>80.500,90</b>

Alle Beträge in EUR



---

## Kassenbericht 2018/2019 - Mitglieder/i-Com/Sponsoring

Kostenstelle	Plan	Ausgaben	Einnahmen	Saldo
Mitgliedsbeiträge	65.000,00	- 837,11	80.550,00	14.712,89
i-Com	0,00	- 3.648,70	3.055,12	- 593,58
Sponsoring	35.000,00	- 1.750,00	56.078,75	19.328,75
<b>Summe</b>	<b>100.000,00</b>	<b>- 6.235,81</b>	<b>139,683,87</b>	<b>45.919,68</b>

Alle Beträge in EUR

---

# Bericht der Revisoren



---

# Kassenrevision

## Vorgehensweise

1. Prüfung der Bargeldgeschäfte
2. Belegprüfung
3. Prüfung der Geldbewegung
4. Prüfung der Zahlungen von Mitgliedern
5. Sachliche Richtigkeit der Ausgaben
6. Prüfung des Jahresabschlusses

## geprüft wurden ...

- Kassenbuch
- Alle Kontoauszüge
- Abrechnungen VISA-Prepaid-Card
- Belege per Stichprobe
- Sachliche und rechnerische Richtigkeit der Einnahmen und Ausgaben
- Übereinstimmung von Kassenbuch, Belegen und Kontobewegungen per Stichprobe



## Zahlungen von Mitgliedern

Maßnahme	Datum	Prof.	Young Prof.	Gesamt	in Prozent	
Rechnung	10.01.2019	1459	4	1463	100,0	
1. Zahlungserinnerung	22.02.2019	495	1	496	33,9	
2. Zahlungserinnerung	18.03.2019	257	0	257	17,6	
<b>Noch offen</b>	<b>Heute</b>	<b>104</b>	<b>1</b>	<b>105</b>	<b>7,2</b>	

2019: 105 Mitglieder mit insgesamt 5.225,00 EUR

2018: 123 Mitglieder mit insgesamt 6.150,00 EUR

2017: 164 Mitglieder mit insgesamt 8.175,00 EUR

2016: 136 Mitglieder mit insgesamt 6.675,00 EUR

**Es wurden angemessene Maßnahmen zur Eintreibung der Beiträge durchgeführt!**



---

## Ergebnis

- Belege sind vollständig, chronologisch und übersichtlich geordnet
  - Alle Einnahmen und Ausgaben waren vollständig,
  - rechnerisch und sachlich richtig und nachvollziehbar dokumentiert
  - Die Prüfung der Mitgliedsbeiträge erfolgte anhand der aktuellen Mitgliederliste
- Buchführung und Jahresabschluss entsprechen den Festlegungen der Satzung und des von der Mitglieder-versammlung bewilligten Budgets
  - Alle Budgets wurden eingehalten
  - Prüfzeitraum 01.07.2018 bis 30.06.2019 bezieht sich auf das Geschäftsjahr

Die Kassenrevisoren schlagen deshalb der Mitgliederversammlung die Entlastung des Schatzmeisters bzw. des Vorstands für das zurückliegende Geschäftsjahr vor



---

# Entlastung des Vorstandes



---

# Entlastung des Vorstands



**Präsidentin**

Astrid Beck



**Vizepräsident**

Holger Fischer



**Fachvorstand**

Steffen Hess



**PR/Marketing**

Monika Gillessen



**Schatzmeister**

Roman Reindler



**Schriftführer**

Thomas Jackstädt

---

**ABSTIMMUNG**

---

# Anträge



---

# Antrag 1

Antrag auf Gründung des Arbeitskreises "Automotive Systems"

Eingereicht von: Nadine Schimanski, Patrick Göhlich



# AK Automotive Systems Key Facts

## VISION

Betrachtung, Analyse & Optimierung von Usability & UX in Fahrzeugen im Hinblick auf die Optimierung der Driver Experience & Performance unter Berücksichtigung der dynamischen Entwicklungen in der Automobilindustrie.

## MISSION

Fokussierung auf die Gestaltung der Interaktionsschnittstelle zwischen Fahrer und Fahrzeug.

- Wo liegt die Grenze zwischen verarbeitbaren Informationen und Ablenkung?
- Wie wirkt sich die Transformation des Fahrers zum Lead-Passagier auf die User Experience aus?

## ZIELE



1. Austausch und Verständnis zu Methoden & Best Practices zu UX im Automobil
2. Erlangen von Wissen zur sinnvollen und sicheren Bedienung von Kraftfahrzeugen, sowohl bei aktiven Fahrern als auch bei autonomen Fahrzeugen,
3. Beantwortung der Frage „Wie viel UX im Automobil ist möglich und vertretbar?“
4. Ermittlung und Bewertung von Reifegraden im Automobil



---

# AK Interessenten



## Initiatoren

- Nadine Schimanski
- Patrick Göhlich

## Interessenten

- Carmen Popp
- Jessica Oswald
- Dr. Jochen Huber
- Olde Lorenzen-Schmidt
- Prof. Dr. Rüdiger Heimgärtner
- Zinaida Iller



## AK UX Know-How

- Research
- Consulting
- Software Entwicklung
- Design
- Management

## Branchen

- Automotive & Transportation
- KFZ-Versicherungen
- Schadenmanagement
- Internationale Beziehungen



# Themenschwerpunkte & Fragestellungen



1

Analyse und Optimierung von Driver Experience & Performance

2

Kommunikation des Fahrzeugs mit der Außenwelt

3

Autonomes Fahren und Änderung der Rolle der steuernden Person

4

Augmented Reality im Fahrzeug

5

Mehrdimensionale Benutzeroberflächen





# Ergebnisse & Aktivitäten



- 1 Fachschriften** Erstellung und Veröffentlichung von Leitlinien & Fachschriften.
- 2 Fachvorträge** Sensibilisierung für UX im Fahrzeug durch nationale und internationale Fachvorträge
- 3 Best Practice** Ermittlung von Methoden, Tool-Sets & Lösungsansätzen
- 4 Kooperationen** Zusammenarbeit mit Unternehmen im Automobilbereich und der AG der GI
- 5 Fachliche Verifikation** Praktische und Prototypische Anwendung von Erkenntnissen im unternehmensnahen Kontext
- 6 AK Workshop** Erstes Zusammentreffen zur Erarbeitung von Themen und Aufgabenverteilung

**The automotive industry hands the KEY over to UX –  
We take it & convince with passion & results.**



# Weitere Planung und Vorgehen

## Gründungsphase

- Newsletterbeitrag
- Erstes Telefonat des Interessiertenkreises
- Festlegung der groben Richtung
- Gründungsantrag

Die erste Blaupause steht und kann vorgestellt werden

## Findungsphase

- Treffen aller Interessierten nach der Mitgliederversammlung
- Festlegen der Richtung
- Festlegen der Arbeitsweise

Es ist geklärt wie und in welche Richtung sich der Arbeitskreis bewegt

## Produktive Phase

- Akquise von Themen
- Angriff erster Projekte

Der Motor ist gestartet und der Arbeitskreis Automotive rast zu ersten Ergebnissen



---

# Kontakt

Patrick Göhlich

[patrick.goehlich@germanupa.de](mailto:patrick.goehlich@germanupa.de)

Nadine Schimanski

[nadine.schimanski@germanupa.de](mailto:nadine.schimanski@germanupa.de)

---

**ABSTIMMUNG**




---

# Antrag 2

## Antrag auf Änderung der Satzung

Eingereicht von: Thomas Jackstädt



---

# Satzungsänderung

## Geschäftsjahr = Kalenderjahr



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

---

# Rahmenbedingungen



---

# Problemstellung

1.

**Geschäftsjahr vom Kalenderjahr abweichend - hoher Aufwand für Schatzmeister**

2.

MV bei der MuC ist sehr lang, viele Themen können nur angerissen werden

3.

Abgelehnte Anträge können erst zur nächsten MV nach einem Jahr erneut gestellt werden

**Idee**

**Geschäftsjahr = Kalenderjahr & Zwei Versammlungen**





# Ziele



1

Doppelarbeit für Schatzmeister verhindern

2

MV verschlanken und Fokus auf Austausch

3

Mitglieder weiterhin transparent über Arbeit & Budgets informieren

4

Belebung des Vereinslebens

5

Rechtssicherheit



# Gesetzliche Bestimmungen

§

Geschäftsjahr max 12 Monate

§ 240 Abs. 2 Satz 2 HGB

**Nur  
Satzung**

Amtszeit Vorstand

Muss nicht begrenzt werden, aber sinnvoll

Entlastung Vorstand

Nicht vorgeschrieben, aber sinnvoll

Geschäftsjahr = Kalender

Verein kann davon abweichen, aber sinnvoll

Art und Durchführung der MV

Verein kann in Satzung weitgehend frei gestalten

---

# Lösungsansatz & Vorgehen



---

# Versammlungen

## Mitgliederversammlung

- Findet im Rahmen der MuC statt
- Präsenzveranstaltung
- Arbeit der AK vorstellen
- Branchenreport vorstellen
- National Experts präsentieren
- Achievement Award verleihen
- Entwurf des Haushalts vorstellen
- X** • Anträge der Mitglieder

## Vollversammlung

- Findet immer im 1. Quartal statt
- Videokonferenz
- Bericht des Schatzmeisters
- Bericht der Revisoren
- X** • Entlastung des Vorstandes
- X** • Wahl des neuen Vorstandes
- X** • Wahl der neuen Revisoren
- X** • Beschluss zum Haushalt
- X** • Anträge der Mitglieder



---

## Details zur Mitgliederversammlung (Q III - MuC)

- Mehr Raum für AK um Ihre Arbeit zu präsentieren
- Zeit für Themen und Diskussion der Mitglieder
- Abstimmung nur zur Tagesordnung und Anträgen (Abstimmungsgeräte)
- Vorstand kann Planung und Haushalt für folgendes Jahr mit Mitgliedern besprechen
  - z.B. Investitionen oder Budget für hauptamtliche Arbeit
- Mehr Raum für AK um Ihre Arbeit zu präsentieren



---

## Details zur Vollversammlung (QI - Online)

- Budgets vorab im internen Bereich aufgerufen werden
- Amtszeit der Vorstände von VV zu VV
- VV immer im 1. Quartal und immer mit Wahl
- Vorstand benennt Ort der VV - Mitglieder können dort teilnehmen
- Kann im internen Bereich nachverfolgt werden
  - Videoaufzeichnung, Wahlergebnisse & Protokoll



# Ablauf der Einführung

Entwurf Satzung

Antrag MV

Einführung 2019

Zielbild definieren

- Inhalte der Versammlungen
- Amtszeiten & Termine

Unterstützung RA

- Zielbild wird mit RA besprochen
- Entwurf Satzung schreiben
- Zusammen mit RKPN Rechtsanwalt Patrick R. Nessler

Interne Abstimmung Vorstand

- Entwurf wird Vorstand vorgelegt
- Korrekturschleife



# Ablauf der Einführung

Entwurf Satzung

Antrag MV

Einführung 2019

Haushalt & Amtszeiten

- Rumpfgeschäftsjahr & Geschäftsjahr 01.07 - 30.06. geplant
- Amtszeiten für Vorstände & Revisoren absprechen

Antrag zu Beginn der MV

- Zielbild vorstellen
- Satzung ggf. mit Varianten zur Abstimmung stellen

Wahlen

- Je nach Entscheidung Wahlen durchführen
- Beschluss über normalen Haushalt oder Rumpfgeschäftsjahr





---

# Ablauf der Einführung

Entwurf Satzung

Antrag MV

Einführung 2020

Abschluss

- Jahresabschluss bis Ende Januar

Kassenprüfung

- Kassenprüfung bis Mitte Februar

Vollversammlung Q I / 2020

- Berichte
- Wahlen
- Verabschiedung Haushalt 2020

---

# Satzungsänderung



---

## § 1 Name, Sitz, Geschäftsjahr

- 1) Der Verein führt den Namen "German UPA e.V." (im Folgenden "Verein" genannt).
- 2) Der Verein hat seinen Sitz in Magdeburg.
- 3) Der Verein ist in das Vereinsregister eingetragen worden. Seit der Eintragung führt der Verein den Namenszusatz "e.V.".
- 4) Geschäftsjahr des Vereins entspricht dem Kalenderjahr vom 01.01. bis zum 31.12. eines Jahres.



---

## § 2 Vereinszweck

- 1) Der Verein vertritt die Interessen aller Personen, die im Berufsfeld „Usability“ und „User Experience“ tätig sind, im Sinne eines Berufsverbands. Usability und User Experience beschäftigen sich mit allen Aspekten der benutzergerechten Mensch-Technik-Interaktion. Dabei werden Kenntnisse und wissenschaftliche Grundlagen aus verschiedenen Bereichen wie zum Beispiel Psychologie, Design, Ergonomie, Informatik und Ingenieurwissenschaften berücksichtigt. Berufsbilder im Themenfeld Usability und User Experience erfahren eine ständige Weiterentwicklung und Ausdifferenzierung, der Bedarf an Aus- und Weiterbildung sowie deren Entwicklung und Betreuung stellen den beteiligten Akteuren große Herausforderungen.



---

## § 2 Vereinszweck

- 2) Der Vereinszweck wird verwirklicht insbesondere durch:
  - a) Interessenvertretung - Unterstützung aller Personen, die im Bereich Usability und User Experience tätig sind bei ihrer beruflichen und fachlichen Tätigkeit, Bekanntmachung und Etablierung des Themas Usability und User Experience in der Öffentlichkeit, Abgabe von öffentlichen Empfehlungen und Stellungnahmen.
  - b) Netzwerk - Bereitstellung eines Netzwerkes für Erfahrungsaustausch, Weiterbildung, Qualifikation und fachlicher Kommunikation.
  - c) Qualifikation - Förderung des Nachwuchses durch Weiterbildung und Qualifikation - Förderung und Stärkung der Fachkompetenz im Bereich Usability und User Experience.
- 3) Der Verein ist politisch und konfessionell ungebunden. Das Gedankengut der Scientology-Bewegung wird abgelehnt.



---

## § 3 Mitglieder

- 1) Mitglied kann jede natürliche und jede juristische Person oder sonstige rechtsfähige Personenvereinigung werden.
- 2) Es gibt ordentliche Mitglieder, Unternehmensmitglieder, **mittelbare Unternehmensmitglieder** und Ehrenmitglieder.
  - a) Ordentliche Mitglieder sind natürliche Personen, die ein Interesse an der Förderung des Vereinszweckes haben und diesen unterstützen. Mit der Mitgliedschaft verpflichten sich die ordentlichen Mitglieder, die Satzung und vorhandene Geschäftsordnungen anzuerkennen und den Mitgliedsbeitrag zu entrichten.
  - b) Unternehmensmitglieder sind natürliche oder juristische Personen oder sonstige rechtsfähige Personenvereinigungen, die ein Interesse an der Förderung des Vereinszweckes haben und diesen unterstützen. Mit der Mitgliedschaft verpflichten sich die Unternehmensmitglieder, die Satzung und vorhandene Geschäftsordnungen anzuerkennen und den Mitgliedsbeitrag zu entrichten.



---

## § 3 Mitglieder

- c) Mittelbare Unternehmensmitglieder sind natürliche Personen, die einem Unternehmensmitglied angehören. Auch diese Personen müssen ein Interesse an der Förderung des Vereinszweckes haben und diesen unterstützen. Mit der Meldung durch das Unternehmen verpflichten sich die gemeldeten Personen, die Satzung und vorhandene Geschäftsordnungen anzuerkennen.
- d) Ehrenmitglieder sind natürliche Personen, die sich in besonderer Weise um den Verein verdient gemacht haben. Sie werden auf Vorschlag des Vorstandes durch die Mitgliederversammlung ernannt. Sie sind von der Zahlung eines Mitgliedsbeitrags befreit.



---

## § 3 Mitglieder

- 3) Die Mitgliedschaft muss gegenüber dem Vorstand schriftlich beantragt werden. Der Antrag auf Aufnahme eines mittelbaren Unternehmensmitglieds in den Verein muss von dem Unternehmensmitglied gestellt werden, dem es angehört. Der Vorstand hat die Möglichkeit eine Mitgliedschaft abzulehnen, wenn beispielsweise die betreffende Person oder Personenvereinigung nicht im Bereich Usability und User Experience tätig ist, kein berufliches Interesse an der Förderung des Vereinszweckes nachweisen kann oder Ziele verfolgt, die nicht mit den Vereinszielen vereinbar sind. Die Ablehnung einer Mitgliedschaft kann durch den Vorstand mit einfacher Stimmenmehrheit entschieden werden. Der Vorstand ist verpflichtet, Ablehnungsgründe dem Antragsteller mitzuteilen.





---

## § 3 Mitglieder

- 4) Der Beitritt wird mit der Aushändigung einer schriftlichen Aufnahmeerklärung durch den Vorstand an das neue Mitglied wirksam. Dafür genügt auch die Übersendung der ersten Beitragsrechnung. Die Mitgliedschaftsrechte des Neumitglieds entstehen erst nach der Zahlung des ersten Beitrags.
- 5) Wählbar und wahlberechtigt sind nur ordentliche Mitglieder, mittelbare Unternehmensmitglieder sowie Ehrenmitglieder, wenn die Ehrenmitglieder zugleich ordentliche Mitglieder sind.
- 6) Die Mitgliedschaft endet durch Austritt aus dem Verein, Tod, Ausschluss oder Streichung von der Mitgliederliste (vereinfachter Ausschluss).
  - a) Die freiwillige Beendigung der Mitgliedschaft muss durch schriftliche Kündigung zum Ende des Geschäftsjahrs unter Einhaltung einer dreimonatigen Frist gegenüber dem Vorstand erklärt werden. Dies gilt entsprechend für die Kündigung eines mittelbaren Unternehmensmitglieds durch das Unternehmensmitglied, dem es angehört.



---

## § 3 Mitglieder

- b) Verletzt ein Mitglied in grober Weise schuldhaft die Interessen des Vereins, kann die Mitgliederversammlung auf Antrag des Vorstandes durch einfache Mehrheit den Ausschluss des Mitglieds beschließen. Zuvor ist dem Mitglied die Gelegenheit zu geben, mündlich oder schriftlich Stellung zu den erhobenen Vorwürfen zu nehmen. Der Ausschluss ist schriftlich durch den Vorstand zu begründen und dem Mitglied zuzusenden. Der Ausschluss des Mitglieds wird sofort mit dem Zugang der schriftlichen Mitteilung des Ausschlusses wirksam. Im Fall des Ausschlusses eines Unternehmensmitglieds endet mit dessen Mitgliedschaft auch die der ihm angehörenden mittelbaren Unternehmensmitglieder im Verein.
- c) Die Streichung der Mitgliedschaft erfolgt, wenn das Mitglied mit einem Jahresbeitrag mehr als drei Monate in Zahlungsrückstand ist und den offenen Betrag auch nicht nach einer Mahnung durch den Vorstand innerhalb von einem weiteren Monat nach Absendung der Mahnung an die letzten von dem Mitglied angegebenen Kontaktdaten entrichtet. Die Mahnung erfolgt in Textform. In der Mahnung soll auf eine beabsichtigte Streichung hingewiesen werden. Im Fall der Streichung eines Unternehmensmitglieds von der Mitgliederliste des Vereins endet auch die der ihm angehörenden mittelbaren Unternehmensmitglieder im Verein.
- d) Die Streichung der Mitgliedschaft erfolgt, wenn das Mitglied länger als 3 Monate nicht mehr Mitglied der UPA ist.



---

## § 3 Mitglieder

- 7) Bei Beendigung der Mitgliedschaft, gleich aus welchem Grund, erlöschen alle Ansprüche aus dem Mitgliedsverhältnis. Eine Rückgewähr von Beiträgen, Spenden oder sonstigen Unterstützungsleistungen ist grundsätzlich ausgeschlossen. Der Anspruch des Vereins auf rückständige Beitragsforderungen bleibt hiervon unberührt.
- 8) Mit dem Beitritt eines Mitglieds gibt es dem Verein folgende Informationen bekannt: a) Benutzername für die Nutzung des Onlineportals der German UPA b) E-Mail Adresse (E-Mail Adresse zur Anmeldung) c) vollständigen Namen mit Anrede d) Anschrift e) Zahlweise f) Mitgliedstyp g) Sichtbarkeit der Mitgliederinformationen
- 9) Jedem Vereinsmitglied wird eine Mitgliedsnummer zugeordnet. Die personenbezogenen Daten werden durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen vor der Kenntnisnahme und unerlaubter Nutzung durch Dritte geschützt. Diese Informationen werden in einem EDV-System gespeichert. Die überlassenen personenbezogenen Daten werden ausschließlich für Vereinszwecke verwendet, insbesondere zur Mitgliederverwaltung.



---

## § 3 Mitglieder

- 10) Sonstige Informationen zu den Mitgliedern und Informationen über Nichtmitglieder werden von dem Verein grundsätzlich nur erhoben, verarbeitet oder genutzt, wenn sie zur Förderung des Vereinszweckes nützlich sind und keine Anhaltspunkte bestehen, dass die betroffene Person ein schutzwürdiges Interesse hat, das der Verarbeitung oder Nutzung entgegensteht. Das Mitglied kann freiwillig weitere Angaben machen.
- 11) Der Vorstand macht im Mitgliederinteresse auch besondere Ereignisse des Vereinslebens bekannt. Dabei können bestimmte personenbezogene Mitgliederdaten (z. B. auf der Internetseite) veröffentlicht werden. Das einzelne Mitglied kann jederzeit gegenüber dem Vorstand Einwände gegen eine solche Veröffentlichung seiner Daten vorbringen und weiteren Veröffentlichungen insgesamt oder nur für bestimmte Veröffentlichungsvorgänge widersprechen.
- 12) Zur Wahrnehmung der satzungsmäßigen Rechte kann zudem bei Verlangen der Vorstand gegen die schriftliche Versicherung, dass die Adressen nicht zu anderen Zwecken verwendet werden, anderen Mitgliedern bei Darlegung eines berechtigten Interesses Einsicht in das Mitgliederverzeichnis gewähren.



---

## § 3 Mitglieder

13) Bei Beendigung der Mitgliedschaft werden Name, Adresdaten, Geburtsjahr und weitere bekannte persönliche Daten des Mitglieds aus der Mitgliederverwaltung mit Beendigung der Mitgliedschaft gelöscht. Personenbezogene Daten des austretenden Mitglieds, die die Kassenverwaltung betreffen, sind nach allerdings entsprechend der steuerrechtlichen Bestimmungen bis zu zehn Jahren ab der schriftlichen Bestätigung des Austritts durch den Vorstand aufzubewahren.



---

## § 4 Rechte und Pflichten der Mitglieder

- 1) Die Mitglieder sind berechtigt, an allen angebotenen Veranstaltungen des Vereins teilzunehmen. Sie haben darüber das Recht, gegenüber dem Vorstand und der **Vollversammlung** und der Mitgliederversammlung Anträge zu stellen. In der **Vollversammlung** und der Mitgliederversammlung kann das Stimmrecht nur persönlich ausgeübt werden.
- 2) Die Mitglieder sind verpflichtet, den Verein und den Vereinszweck – auch in der Öffentlichkeit – in ordnungsgemäßer Weise zu unterstützen.



---

## § 5 Mitgliedsbeiträge

- 1) Von den ordentlichen Mitgliedern und den Unternehmensmitgliedern wird ein Jahresmitgliedsbeitrag erhoben, den die Mitgliederversammlung oder die **Vollversammlung** auf Vorschlag des Vorstandes festsetzt. Dabei hat sich die Höhe des Mitgliedsbeitrages eines Unternehmensmitglieds an der Zahl der ihm angehörenden mittelbaren Unternehmensmitglieder zu berechnen. Mittelbare Unternehmensmitglieder haben keine Mitgliedsbeiträge zu entrichten. Die Zahlungsmodalitäten und die Höhe des Beitrags sind in der Beitragsordnung geregelt, die von der Mitgliederversammlung oder der Vollversammlung beschlossen wird.
- 2) Die Verwendung der Mitgliedsbeiträge und sonstiger Einnahmen ist in der Geschäftsordnung festgelegt.



---

## § 6 Organe

1) Organe des Vereins sind:

a) die Vollversammlung

b) die Mitgliederversammlung

c) die Vorstandsversammlung

d) die Arbeitskreise





---

## § 7 Vollversammlung

- 1) Oberstes Organ des Vereins ist die Vollversammlung, sie hat insbesondere folgende Aufgaben:
  - a) die Jahresberichte entgegenzunehmen
  - b) Genehmigung der Rechnungslegung des Vorstandes für das abgelaufene Geschäftsjahr
  - c) Entlastung des Vorstandes
  - d) den Vorstand zu wählen
  - e) über die Satzung, Änderungen der Satzung sowie die Auflösung des Vereins zu bestimmen
  - f) die Revisoren zu wählen, die nicht dem Vorstand angehören dürfen
  - g) Festsetzung der Beiträge für das kommende Geschäftsjahr und Verabschiedung der Beitragsordnung



---

## § 7 Vollversammlung

- 2) Eine ordentliche Vollversammlung wird vom Vorstand des Vereins nach Bedarf, mindestens aber einmal im ersten Quartal eines jeden Jahres einberufen.
- 3) Die Vollversammlung findet als Videokonferenz mit digitaler Abstimmung statt. Der Vorstand gibt in der Einladung einen Ort bekannt, an welchem Mitglieder an der Vollversammlung persönlich teilnehmen können.
- 4) Die ordentliche Vollversammlung wird vom Vorstand unter Einhaltung einer Frist von sechs Wochen unter Angabe der Tagesordnung in Textform an die letzte vom Mitglied mitgeteilte E-Mail Adresse zur Anmeldung einberufen. Die Berechnung der Wochenfrist erfolgt gemäß §§ 187, 188 BGB. Für eine fristgerechte Einladung genügt die rechtzeitige Absendung der Einladung.



---

## § 7 Vollversammlung

- 5) Die Tagesordnung der ordentlichen Vollversammlung hat insbesondere folgende Punkte zu umfassen:
- a) Bericht des Vorstandes,
  - b) Bericht der Revisoren,
  - c) Entlastung des Vorstandes,
  - d) Wahl des Vorstandes,
  - e) Wahl von zwei Revisoren,
  - f) Genehmigung des vom Vorstand vorzulegenden Haushaltsvoranschlags für das kommende Geschäftsjahr.
  - g) Festsetzung der Beiträge für das kommende Geschäftsjahr bzw. zur Verabschiedung der Beitragsordnung.



---

## § 7 Vollversammlung

- 6) Bis zu vier Wochen vor der Vollversammlung können die Mitglieder Anträge auf Ergänzung der Tagesordnung per E-Mail an ein Vorstandsmitglied einreichen. Die ergänzte Tagesordnung wird den Mitgliedern über die Webseite des Vereins spätestens bis zu 3 Wochen vor der Vollversammlung zur Einsicht freigegeben.
- 7) Der Vorstand hat eine außerordentliche Vollversammlung unverzüglich einzuberufen, wenn es das Interesse des Vereins erfordert oder wenn die Einberufung von mindestens einem Drittel der Vereinsmitglieder - dies schriftlich unter Angabe des Zwecks und der Gründe vom Vorstand - verlangt.
- 8) Der Präsident oder der Vize-Präsident leitet die Vollversammlung. Auf Vorschlag des Präsidenten kann die Vollversammlung einen besonderen Versammlungsleiter bestimmen.
- 9) Beschlüsse der Vollversammlung werden in einem Protokoll innerhalb von zwei Wochen nach der Vollversammlung niedergelegt und von dem Protokollführer und von zwei Vorstandsmitgliedern unterzeichnet. Das Protokoll kann von jedem Mitglied über die Webseite des Vereins eingesehen werden.



---

## § 8 Mitgliederversammlung

- 1) Die Mitgliederversammlung ist ein Organ des Vereins, sie hat insbesondere folgende Aufgaben:
  - a) die Jahresberichte der Arbeitskreise entgegenzunehmen,
  - b) über die Satzung, Änderungen der Satzung sowie die Auflösung des Vereins zu bestimmen
  - c) Festsetzung der Beiträge für das kommende Geschäftsjahr bzw. zur Verabschiedung der Beitragsordnung.
- 2) Eine ordentliche Mitgliederversammlung wird vom Vorstand des Vereins nach Bedarf, mindestens aber einmal **im dritten Quartal** eines jeden Jahres einberufen.
- 3) Die ordentliche Mitgliederversammlung wird vom Vorstand unter Einhaltung einer Frist von sechs Wochen unter Angabe der Tagesordnung in Textform an die **letzte** vom Mitglied mitgeteilte **E-Mail Adresse zur Anmeldung** einberufen. Die Berechnung der Wochenfrist erfolgt gemäß §§ 187, 188 BGB. Für eine fristgerechte Einladung genügt die rechtzeitige Absendung der Einladung.



---

## § 8 Mitgliederversammlung

- 4) Die Tagesordnung der ordentlichen Mitgliederversammlung hat insbesondere folgende Punkte zu umfassen:
  - a) Bericht der Arbeitskreise
  - b) Abstimmung über Anträge
- 5) Bis zu vier Wochen vor der Mitgliederversammlung können die Mitglieder Anträge auf Ergänzung der Tagesordnung per E-Mail an ein Vorstandsmitglied einreichen. Die ergänzte Tagesordnung wird den Mitgliedern über die Webseite des Vereins spätestens bis 3 Wochen vor der Vollversammlung zur Einsicht freigegeben.
- 6) Der Präsident oder der Vize-Präsident leitet die Mitgliederversammlung. Auf Vorschlag des Präsidenten kann die Mitgliederversammlung einen besonderen Versammlungsleiter bestimmen.
- 7) Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden in einem Protokoll innerhalb von zwei Wochen nach der Mitgliederversammlung niedergelegt und vom Protokollführer und von zwei Vorstandsmitgliedern unterzeichnet. Das Protokoll kann von jedem Mitglied über die Webseite des Vereins eingesehen werden.



---

## § 9 Stimmrecht/Beschlussfähigkeit

- 1) Stimmberechtigt sind ordentliche und mittelbare Unternehmensmitglieder sowie die Ehrenmitglieder, welche zugleich ordentliche Mitglieder sind. **Jedes Mitglied hat eine Stimme, die nur direkt ausgeübt werden darf.** Eine Übertragung des Stimmrechtes ist nicht möglich.
- 2) Die Versammlungen sind ohne Rücksicht auf die Anzahl der erschienenen beziehungsweise zugeschalteten Mitglieder beschlussfähig, soweit sie ordnungsgemäß einberufen ist.
- 3) Die Versammlungen fassen ihre Beschlüsse mit einfacher Mehrheit, außer die Satzung legt eine andere Mehrheit fest. Stimmenthaltungen bleiben außer Betracht. Bei Stimmengleichheit gilt der gestellte Antrag als abgelehnt. Zulässig sind auch Blockwahlen bzw. Blockabstimmungen.
- 4) Nicht persönlich zur Versammlung erschienene Mitglieder können ihre Stimme während der Versammlung auch im Onlineverfahren in einem nur für Mitglieder mit ihren Legitimationsdaten und einem gesonderten Zugang zugänglichen Chat-Raum abgeben.



---

## § 9 Stimmrecht/Beschlussfähigkeit

- 5) Im Onlineverfahren wird der Zugang für die aktuelle Versammlung an die letzte vom Mitglied mitgeteilte **E-Mail Adresse zur Anmeldung** versendet. Diese wird unmittelbar vor der Versammlung, maximal drei Stunden davor versendet. Ausreichend ist dabei die ordnungsgemäße Absendung der E-Mail an die **E-Mail-Adresse zur Anmeldung** des jeweiligen Mitgliedes.
- 6) Sämtliche Mitglieder sind verpflichtet, ihre Legitimationsdaten und das Zugangswort keinem Dritten zugänglich zu machen und unter strengem Verschluss zu halten.
- 7) Für Satzungsänderungen ist eine 2/3 Mehrheit in der Versammlung erforderlich.
- 8) Zur wirksamen Änderung des Vereinszwecks ist die Zustimmung von 3/4 der abgegebenen Stimmen in der Versammlung erforderlich.
- 9) Zur wirksamen Abstimmung über die Auflösung des Vereins §41 BGB ist die Zustimmung von 3/4 der abgegebenen Stimmen in der Versammlung erforderlich.
- 10) Abstimmungen in Versammlungen erfolgen durch Abstimmungsgeräte, offen durch Handaufheben oder Zuruf. Auf besonderes Verlangen wird eine geheime Wahl durchgeführt.





---

## § 10 Vorstand

1) Vorstand im Sinne des § 26, §27 BGB sind:

a) Präsident b) Vize-Präsident c) Schriftführer d) Schatzmeister e) Fachvorstand f) Vorstand für PR/Marketing

2) Er wird im ersten Quartal eines jeden Kalenderjahres von der Vollversammlung für die Dauer einer Amtsperiode gewählt. Die Amtsperiode beginnt mit dem Amtsantritt nach der Wahl und endet mit dem Amtsantritt durch den gewählten Nachfolger. Wird kein neuer Vorstand gewählt, bleibt das Vorstandsmitglied bis zum Antritt eines Nachfolgers im Amt. Die Wiederwahl von Vorstandsmitgliedern ist zulässig.

3) Jeweils zwei Vorstandsmitglieder vertreten gemeinschaftlich den Verein gerichtlich und außergerichtlich.

4) In den Vorstand können nur Mitglieder der German UPA gewählt werden. Das Amt eines Vorstandsmitgliedes endet mit dem Ausscheiden aus dem Verein. Scheidet ein Vorstandsmitglied während der Amtsperiode aus oder tritt von seiner Vorstandsfunktion zurück, benennt der Vorstand kommissarisch ein neues Mitglied zum Vorstand für den Rest der Amtsperiode.

5) Der Vorstand übt seine Tätigkeit ehrenamtlich aus.



---

## § 10 Vorstand

- 6) Der Vorstand ist für alle Angelegenheiten des Vereins zuständig, die nicht durch Satzung anderen Organen vorbehalten sind. Der Vorstand handelt nach seiner Geschäftsordnung und kann besondere Aufgaben unter seinen Mitgliedern verteilen. Insbesondere sind seine Aufgaben:
- a) Vorbereitung der Mitgliederversammlungen und Festlegen der Tagesordnung, Einberufung der Mitgliederversammlung
  - b) Vollzug der Beschlüsse der Mitgliederversammlung
  - c) Verwaltung des Vereinsvermögens
  - d) Erstellung des Jahres- und Kassenberichtes
  - e) Beschlussfassung über Aufnahme von Vereinsmitgliedern
  - f) Berufung von Referenten zur Abdeckung von speziellen Aufgabenbereichen, z.B. Pressearbeit, Mitgliederbetreuer, Weiterbildung etc.



---

## § 10 Vorstand

- g) Fachliche Betreuung und Koordination von Arbeitskreisen
- h) Veröffentlichung von Beiträgen zum Themenfeld Usability
- i) Mitgliederbetreuung
- j) Betreuung der Themen Aus- und Weiterbildung

7) Der Vorstand trifft sich gemeinsam zu mindestens zwei Vorstandsversammlungen im Jahr. Bei Bedarf kann der Vorstand weitere Personen zur Vorstandsversammlung einladen.

8) Die Vorstandsversammlung beschließt mit einfacher Stimmenmehrheit. Der Vorstand kann seine Beschlüsse auch auf dem Weg schriftlicher oder elektronischer Stimmabgabe, mittels E-Mail, sowie im Rahmen einer Video- /Telefonkonferenz oder entsprechender Zuschaltung abwesender Vorstandsmitglieder in einer Vorstandssitzung fassen. Der Vorstand ist auch beschlussfähig, wenn nicht alle Vorstandsämter besetzt sind. Jedes Vorstandsmitglied ist mit einer Stimme stimmberechtigt.



---

## § 10 Vorstand

- 9) Die Vorstandsversammlung ist beschlussfähig, wenn mindestens drei Mitglieder des Vorstands anwesend sind. Bei Stimmengleichheit gilt der Antrag als abgelehnt.
- 10) Beschlüsse der Vorstandsversammlung werden in einem Sitzungsprotokoll niedergelegt und von mindestens zwei Vorstandsmitgliedern unterzeichnet.



---

## § 11 Referenten

- 1) Der Vorstand kann gemäß §30 BGB Personen zur Bearbeitung spezieller Aufgabenbereiche berufen und auch abberufen. Die Aufgabenbereiche werden vom Vorstand festgelegt.
- 2) Referenten werden für die Dauer von maximal einem Jahr berufen. Die unbegrenzte Erneuerung der Berufung von Referenten ist zulässig. Auf eigenen Wunsch kann der Referent aus seiner Tätigkeit ausscheiden. Beim Ausscheiden des Referenten gehen seine Aufgaben an den übergeordneten Vorstand über.
- 3) Referenten informieren den Vorstand über ihre Aktivitäten in einem vierteljährlichen Bericht.



---

## § 12 Arbeitskreise

- 1) Arbeitskreise beschäftigen sich mit fachlichen Themen im Berufsfeld Usability und User Experience.
- 2) Alle Arbeitskreise handeln Ziel- und Ergebnisorientiert. Die Arbeitskreisleitung hat für die Organisation der ziel- und ergebnisorientierten Arbeit der Arbeitskreise zu sorgen
- 3) Die Gründung eines Arbeitskreises kann von jedem Mitglied unter Vorlage eines Namens, der Ziele des Arbeitskreises, der Beschreibung der Inhalte der Arbeit und der Liste anderer interessierter Teilnehmer der Mitgliederversammlung oder Vollversammlung vorgeschlagen werden. Die aufgeführten Personen wählen nach der Einrichtung eines Arbeitskreises die erste Arbeitskreisleitung. Diese besteht aus einem Arbeitskreisleiter und einem Stellvertreter, welche für die Dauer von einem Jahr den Arbeitskreis leiten.
- 4) Alle Angehörigen des jeweiligen Arbeitskreises wählen die Arbeitskreisleitung für ein Jahr. Die jeweilige Arbeitskreisleitung bleibt auch nach Ablauf der Amtszeit solange im Amt, bis eine neue Leitung gewählt worden ist.
- 5) Arbeitskreise werden auf Beschluss der Mitgliederversammlung oder Vollversammlung eingerichtet oder aufgelöst. Der Name, die Ziele und inhaltliche Ausrichtung werden vom Arbeitskreis ausgearbeitet und von der Mitgliederversammlung oder Vollversammlung genehmigt.



---

## § 12 Arbeitskreise

- 6) Die Namensänderung eines Arbeitskreises wird von der Arbeitskreisleitung vorgeschlagen und vom Vorstand genehmigt.
- 7) Angehöriger eines Arbeitskreises können nur Mitglieder werden. Es hat dazu in Textform einen Antrag an die Arbeitskreisleitung zu richten. Das Mitglied kann jederzeit durch Erklärung in Textform auch wieder aus einem Arbeitskreis austreten.
- 8) Die Arbeitskreisleitung informiert den Vorstand regelmäßig über den Arbeitsfortschritt und in jeder Mitgliederversammlung die Mitglieder.



---

## § 13 Kassenführung

- 1) Die Kassenführung obliegt dem Schatzmeister.
- 2) Über die **Vollversammlung** sind zwei Revisoren für die Dauer von einer Amtsperiode zu wählen. Die Revisoren haben die Aufgabe, Rechnungsbelege sowie deren ordnungsgemäße Verbuchung und die Mittelverwendung zu prüfen und dabei insbesondere die satzungsgemäße und steuerlich korrekte Mittelverwendung festzustellen. Die Prüfung erstreckt sich nicht auf die Zweckmäßigkeit der vom Vorstand getätigten Aufgaben. Die Revisoren haben die **Vollversammlung** über das Ergebnis der Kassenprüfung zu unterrichten.





---

## § 14 Auflösung

- 1) Die Auflösung des Vereins kann nur durch Beschluss der ordentlichen Mitgliederversammlung oder ordentlichen **Vollversammlung** erfolgen.
- 2) Sofern die ordentliche Mitgliederversammlung oder ordentliche **Vollversammlung** nichts anderes beschließt, sind die Vorstandsmitglieder Liquidatoren des Vereins.

---

**ABSTIMMUNG**

---

# Wahl des Vorstandes



---

# Wahl des Vorstandes



**Präsidentin**

Astrid Beck



**Vizepräsident**

Holger Fischer



**Fachvorstand**

Steffen Hess



**PR/Marketing**

Monika Gillessen



**Schatzmeister**

Roman Reindler



**Schriftführer**

Thomas Jackstädt

---

**ABSTIMMUNG**

---

# Vorstellung des Haushaltsvorschlages



---

# Haushaltsvoranschlag 2019 (Antrag akzeptiert)

Kontostand (01.07.2019)		<b>143.000 €</b>
Ausgaben	Präsidium/Vorstandsarbeit	6.800 €
	Rückstellung Steuernachzahlung	20.000 €
	Veranstaltungen (M&C, UP, WUD)	10.000 €
	Fachveranstaltungen und Wettbewerbe	27.000 €
	AK-Themen (Organisation, AK-Budget)	2.500 €
	Fachschriften + Flyer + bez. Content	12.500 €
	Geschäftsbetrieb und Infrastruktur	5.500 €
	Webseite	15.000 €
	PR-Marketing	3.500 €
	Personalkosten (VS-Assistenz, SocialMedia, Werkstudent)	29.200 €
Summe Ausgaben		<b>132.000 €</b>
Saldo (31.12.2019)		<b>11.000 €</b>

---



---

# Haushaltsvoranschlag 2019/2020 (Antrag abgelehnt)

Kontostand (01.07.2019)		<b>143.000 €</b>
<hr/>		
Einnahmen	Mitgliedsbeiträge 70.000 + Sponsoring 40.000	110.000 €
<hr/>		
Ausgaben	Präsidium/Vorstandsarbeit	13.200 €
	Rückstellung Steuernachzahlung	20.000 €
	Veranstaltungen (M&C, UP, WUD)	11.000 €
	Fachveranstaltungen und Wettbewerbe	37.700 €
	AK-Themen (Organisation, AK-Budget)	7.500 €
	Fachschriften + Flyer + bez. Content	14.700 €
	Geschäftsbetrieb und Infrastruktur	18.850 €
	Webseite	22.000 €
	PR-Marketing	33.150 €
	Personalkosten (VS-Assistenz, SocialMedia, Werkstudent)	58.400 €
Summe Ausgaben		<b>236.500 €</b>
<hr/>		
Saldo (30.06.2020)		<b>16.500 €</b>
<hr/>		



---

**ABSTIMMUNG**

---

# Wahl der Revisoren

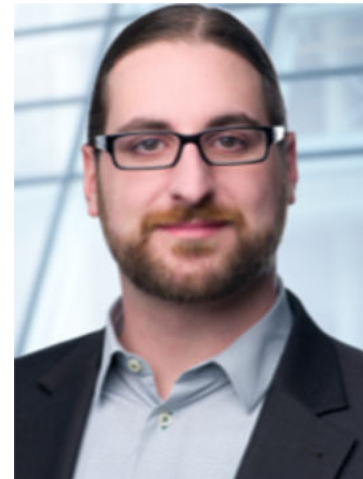


---

# Revisoren



**Holger  
Kälble**



**Dominique  
Winter**

---

**ABSTIMMUNG**

---

# AUF WIEDERSEHEN

**zur MuC 2020 vom 06.09 – 09.09.20  
in Magdeburg**



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

---

## German UPA After Work Meetup

- Hard Rock Café Hamburg
- Brücke 5
- Bei den St. Pauli Landungsbrücken
- Bustransfer zur Location





**Hard Rock Café Hamburg**  
4,1 ★★★★★ (10.349) · €€  
Amerikanisches Restaurant

- Routenplane
- Speichern
- In der Nähe
- An mein Smartphone senden
- Teilen

**TICKETS KAUFEN**

Kette mit lebhaftem Ambiente, die den Rock 'n' Roll feiert & Burger sowie amerikanische Klassiker serviert.  
Essen bis spätabends · Frühstück · Sitzplätze im Freien

Brücke 5, Bei Den, 20359 Hamburg  
 GXW9+76 Hamburg  
 hardrockcafe.com  
 040 30068480

