

Sarah Diefenbach

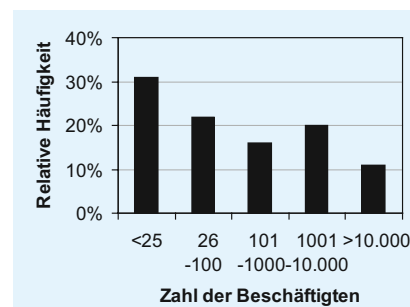
# Wer, Wie, Was, Wieso, Weshalb, Wie viel? Antworten aus der Usability Branche 2009

Als Nutzer erleben wir tagtäglich wie wichtig es ist, dass Produkte einfach zu bedienen sind – besonders klar wird das vor allem dann, wenn Probleme auftreten. Glücklicherweise erkennen auch mehr und mehr Unternehmen die Relevanz von Usability und beschäftigen Menschen, die sich darum kümmern ihre Produkte einfacher zu machen. Zudem gibt es mittlerweile auch viele Dienstleister, die sich ganz auf dieses Gebiet spezialisiert haben, die Nachfrage nach Usability-Beratung steigt. Mit dem Wachsen der Usability-Branche steigt aber auch das Interesse an Informationen zu diesem (relativ) neuen Arbeitsfeld: Wer arbeitet in der Usability-Branche? Wie wird man „Usability Professional“? Und wie sind die Verdienstmöglichkeiten? Der jährliche Branchenreport Usability, eine Initiative des Berufsverbands für Usability Professionals ([www.germanupa.de](http://www.germanupa.de)), bietet hier Orientierung. Dieses Jahr haben 321 Personen an der Befragung teilgenommen, davon haben 223 alle Fragen beantwortet. Auch die kontinuierliche Steigerung der Beteiligungszahl (2003: 115 Personen; 2007: 185 Personen; 2008: 200 Personen) spiegelt das wachsende Interesse an der Branche wieder. Der vorliegende Beitrag fasst Analysen zu einzelnen Fragestellungen zusammen.

## 1. Wer arbeitet in der Usability-Branche?

In der Usability-Branche arbeiten in etwa doppelt so viele Männer (65 %) wie Frauen (35 %); dieses Verhältnis blieb über die letzten Jahre hinweg stabil. Genau wie das Arbeitsfeld Usability sind auch die Beschäftigten der Branche relativ jung, der Großteil der Befragten (82 %) ist jünger als 40, das Durchschnittsalter

liegt bei 34 Jahren. Dementsprechend ist die Mehrheit (54 %) auch erst seit 5 Jahren oder weniger in der Branche tätig; „Pioniere“, die sich bereits seit 25 Jahren mit Usability beschäftigen, bilden unter den Befragten die Ausnahme. Die meisten Usability Professionals (79 %) arbeiten in einem Angestelltenverhältnis, die durchschnittliche Unternehmenszugehörigkeit liegt bei 3 Jahren. Die Größe des Unternehmens variiert von fünf bis zu über 10.000 Beschäftigten (siehe Bild 1).



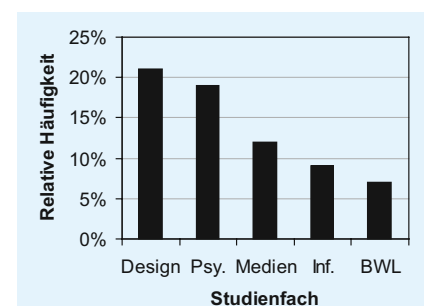
**Bild 1:** Verteilung von Usability Professionals nach Unternehmensgröße

In ganz Deutschland findet man Personen, die zum Thema Usability arbeiten, wobei Regionen mit Standorten wichtiger Arbeitgeber im Usability-Bereich natürlich besonders stark vertreten sind. So arbeiten insgesamt nur 16 % der Befragten in den neuen Bundesländern und Berlin, allein in Bayern sind es hingegen schon 21 %. Zu den bekanntesten Unternehmen der Branche in Deutschland zählen Usability-Dienstleister wie SirValUse, UID und eResult, aber auch internationale Unternehmen, die sich mit der Usability der eigenen Produkte beschäftigen, wie beispielsweise SAP und Siemens. Doch egal ob Mann oder Frau, Alt oder Jung, Selbstständiger oder Angestellter, UIDler oder SAPler, sie alle verbindet das gemeinsame Thema, sie alle sind Usability Professionals.

## 2. Wie wird man Usability Professional?

Einen Studiengang Usability gibt es derzeit (noch) nicht, so arbeiten in der Branche Menschen mit ganz unterschiedlichem Ausbildungshintergrund: Viele Psychologen, Designer, Informatiker, Medienwissenschaftler und Betriebswissenschaftler, aber auch Soziologen, Elektrotechniker, Mathematiker, Kommunikationswissenschaftler und Maschinenbauer. Bild 2 gibt einen Überblick über die unter den Befragten meist vertretenen Studienfächer.

Die meist besuchten Hochschulen/Universitäten sind die Hochschule Darmstadt, die TU Ilmenau und die Hochschule der Medien Stuttgart, gefolgt von der TU Darmstadt und der LMU München. Und auch wenn die allermeisten der Befragten (89 %) über einen akademischen Abschluss verfügen, ist ein Studium nicht der einzige Weg in die Branche, auch eine Berufsausbildung als Mediengestalter, Fachinformatiker oder Bankkaufmann kann ein Einstieg sein. Wichtiger als ein bestimmter Abschluss sind Interesse und kontinuierliche Weiterbildung zum Thema. Neben dem täglichen „Training on the job“ sind für die Befragten das Internet, Zeitschriften und Bücher die wichtigsten Quellen zum Erwerb von Usability-Wissen. Auch Netzwerke und der Austausch unter Kollegen spielen



**Bild 2:** meist studierte Studienfächer

eine wichtige Rolle, eine gute Gelegenheit hierfür sind Konferenzen wie beispielsweise die Mensch & Computer und die Usability Professionals. Die Einstufung der Relevanz des im Studium erworbenen Wissens für die jetzige Tätigkeit variiert je nach Fachrichtung. Am stärksten profitieren Psychologen von ihrem Studium – dementsprechend ist Psychologie auch eins der meist studierten Fächer. Auch berufsbegleitende Weiterbildungsangebote werden geschätzt und gern genutzt, allerdings beklagen einige der Befragten hier die mangelnde Unterstützung seitens des Arbeitgebers.

### 3. Was macht Usability Professionals (un-)zufrieden?

29 % beziehen sich bei der Frage mit was sie in ihrer momentanen Arbeitssituation besonders zufrieden sind auf Aspekte wie ein entspanntes Arbeitsklima oder nette Kollegen, die wohl nicht nur im Usability-Bereich die Arbeit angenehmer machen. Umgekehrt ist ein schlechtes Arbeitsklima bzw. die schwierige Kommunikation mit Kollegen auch der meist genannte Faktor für Unzufriedenheit (28 %). Ähnlich sieht es aus mit den Rahmenbedingungen (Arbeitszeiten, Gehalt), auch diese können sowohl zu Zufriedenheit (7 %) als auch zu Unzufriedenheit (9 %) führen. Aber es gibt auch immerhin 24 % die ihre Arbeitsaufgaben als wichtigsten Faktor für Zufriedenheit bezeichnen, besonders hervorgehoben wurden hier die Vielfalt der Aufgaben und die abwechslungsreichen Projekte. Die zahlreichen Facetten des Usability-Bereichs lassen sich auch an den vielfältigen Antworten zur Frage nach den Aufgabengebieten ablesen. Spitzenreiter ist mit Nennung von 38 % der Befragten User Interface Design, weitere Beispiele sind E-Learning, Formulargestaltung, Design und Konzeption von Websites, User Research, Informationsarchitektur, Interaktionsdesign, Prototyping, Software-Ergonomie, Marktforschung, Entwicklung von Styleguides, Beratung, Testkonstruktion und natürlich Usability-Testing. Erfreulicherweise haben die meisten der Befragten den Eindruck dass ihre Arbeit auch Wirkung zeigt, 73 % schätzen, dass 50 % oder mehr der von ihnen gemachten Vorschläge auch realisiert werden – wahrscheinlich ein weiterer

Grund dafür, dass die große Mehrheit (80 %) mit ihrer momentanen Arbeitssituation insgesamt „eher“ oder „sehr zufrieden“ ist.

### 4. Wieso entscheiden sich Menschen für das Arbeitsfeld Usability?

Zur Frage nach dem Ursprung des Interesse an Usability nennen viele einen Auslöser während des Studiums, beispielsweise eine Lehrveranstaltung (23 %) wie die „Vorlesung Softwareergonomie“ oder das „Seminar Technik für Alte“, oder auch eine Projektarbeit oder ein Praktikum (20 %). 19 % geben an, dass sich die Beschäftigung mit Usability eher zufällig ergeben hat, eine bewusste Entscheidung für diesen Arbeitsbereich gab es also nicht. Eine weitere Gruppe (10 %) näherte sich dem Thema aus Sicht des Nutzers, Auslöser waren Probleme bei der Bedienung von technischen Produkten wie Videorekordern, Websites oder Kfz-Infotainmentsystemen. Mit dem Gedanken „das muss doch auch einfacher gehen ... und ich hab auch eine Idee, wie!“ begannen die Befragten den Usability-Bereich zu erkunden, und machten Usability schließlich zu ihrem Arbeitsfeld. Eine andere Gruppe (9 %) sieht im Berufsfeld Usability ihren idealen Tätigkeitsbereich weil sie hier ihr Interesse für Informatik und Psychologie verbinden kann. Beispiele für weitere Äußerungen, die sich keiner der genannten Kategorien zuordnen lassen, sind: „Überwindung technikzentrierter Sichtweisen in den Ingenieurwissenschaften“, „Durch Kreativität und Erfahrung Menschen auf technischem Gebiet helfen zu können“, „Design nicht aus der Perspektive des Stylings zu verstehen, sondern immer im Nutzungskontext und im Nutzer-zentrierten Designprozess“, „Mit Usability kann man argumentieren, mit Design oft nicht“, oder auch „Ich kam aus dem Umfeld des Software-Development, wollte aber nicht als Programmierer enden“.

### 5. Weshalb gibt es im Usability-Bereich so viele Berufsbezeichnungen?

Genauso vielfältig wie die Aufgaben und Arbeitsgebiete unter Usability Professio-

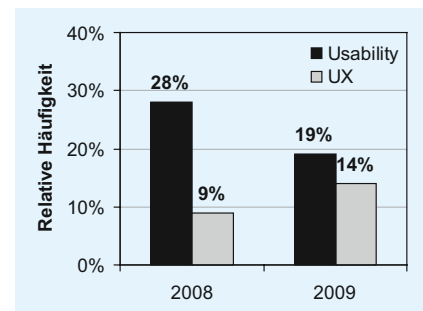


Bild 3: Usability und UX in Berufsbezeichnungen

nals sind auch ihre Berufsbezeichnungen: Insgesamt wurden von den Befragten 114 verschiedene Jobtitel genannt, wie zum Beispiel Usability Consultant, Usability Engineer, User Experience Designer, Concept Developer, User Experience Manager, Application Engineer, Human Factors Consultant, Interaction Architect, Product Manager, User Researcher oder Webdesigner. Eine solche Vielfalt von Berufsbezeichnungen kommt unter anderem deshalb zustande, weil die gleiche Tätigkeit – wahrscheinlich je nach Unternehmen – unterschiedlich betitelt wird, wie ein Abgleich von Jobtiteln und Aufgabengebieten zeigt. Auch wird hier wieder deutlich, dass es sich um ein noch recht junges Arbeitsfeld handelt, in dem sich noch keine einheitlichen Berufsbezeichnungen etabliert haben. Ein Trend lässt sich allerdings erkennen: 2009 ist „Usability“ nur noch bei 19 % Bestandteil des Jobtitels, im Vorjahr waren es noch 28 %. Immer häufiger wird hingegen der Begriff „User Experience“ (siehe Bild 3).

Dieser, nicht nur in Bezug auf Berufsbezeichnungen beobachtbare Trend der Ersetzung des rein auf pragmatische Aspekte bezogenen Usability-Begriffs durch den Begriff User Experience, steht für eine Verschiebung des Fokus von der

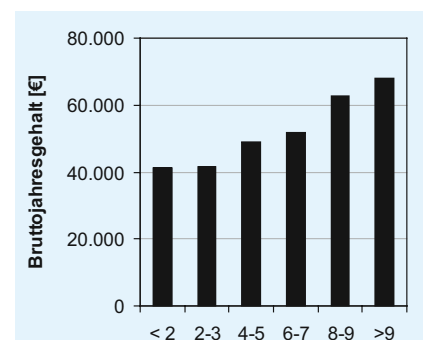


Bild 4: Gehälter in Abhängigkeit der Berufserfahrung

bloßen Vermeidung von Nutzungsproblemen hin zu einer ganzheitlichen Sichtweise auf das Nutzererleben. Wobei es natürlich sein kann, dass Unternehmen teilweise auch einfach zum „modernen“ Begriff übergehen, ohne dass die Änderung des Jobtitels unbedingt Ausdruck eines neuen Arbeitsansatzes ist.

## 6. Wie viel verdient man in der Usability Branche?

Auch hier gibt es selbstverständlich keine pauschale Antwort, jedoch erlauben die Angaben der Befragten eine gute Vorstellung über die Größenordnung und die wichtigsten Einflussfaktoren des Gehalts. Das durchschnittliche Bruttojahresgehalt beträgt 52.418 € und steigt mit zunehmender Berufserfahrung (siehe Bild 4).

Auch gibt es geschlechtsspezifische Gehaltsunterschiede, das Durchschnittsgehalt der Frauen liegt mit 47.650 € rund 7000 € niedriger als das der Männer (54.972 €). Diese Differenzen sind jedoch ebenfalls auf das unter weiblichen Usability Professionals geringere Durchschnittsalter bzw. die geringere Berufserfahrung zurückzuführen. Darüber hinaus gibt es regionale Gehaltsunterschiede:

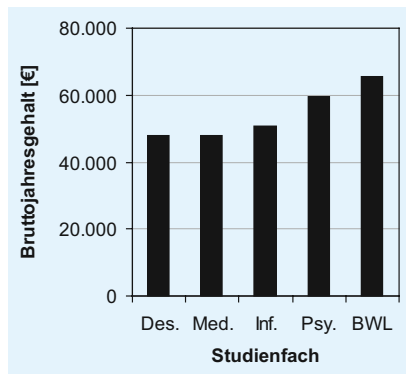


Bild 5: Gehälter in Abhängigkeit vom Studienfach

Am besten verdienen Usability Professionals in Niedersachsen (Ø 59.493 €) und Bayern (Ø 58.077 €), vergleichsweise niedrig liegen die Gehälter in Nordrhein-Westfalen (Ø 50.542 €) und Berlin/Brandenburg (Ø 43.132 €). Schließlich lassen sich Gehaltsunterschiede in Abhängigkeit des Studienfachs feststellen, (auch) in der Usability-Branche gehören Betriebswissenschaftler zu den Besserverdienenden, während Designer und Medienwissenschaftler sich mit einem geringeren Gehalt zufrieden geben müssen (siehe Bild 5).

Auch bei diesem Effekt können natürlich Faktoren wie Alter bzw. Berufserfahrung eine Rolle spielen, beispielsweise

sind die Befragten mit BWL-Abschluss durchschnittlich auch etwas älter als Absolventen des relativ modernen Studiengangs Media System Design. Wir hoffen im nächsten Jahr hierzu valide Aussagen treffen zu können, anhand eines systematischen Vergleichs der Gehälter von Personen gleichen Alters mit unterschiedlichen Abschlüssen – hierfür hoffen wir auf eine weitere Steigerung der Beteiligungszahl beim Branchenreport Usability 2010!



**Sarah Diefenbach** hat an der TU Darmstadt Psychologie mit Nebenfach Informatik studiert und arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachgebiet Ergonomie und Nutzerleben im Industriedesign an der Folkwang Hochschule Essen. In ihrer Forschung beschäftigt sie sich derzeit mit User Experience, insbesondere im Zusammenhang mit sogenannten natürlichen Interaktionsformen wie Touch-, Multi-Touch, Gesten- und Sprachsteuerung, sowie mit der Relevanz hedonischer und pragmatischer Qualitätsaspekte für Produktwahl und Erleben.  
E-Mail: sarah.diefenbach@folkwang-hochschule.de