

Deep Dive in UX Vision und UX-Strategie

Was ist der aktuelle Stand bei UX-Visionen und UX-Strategien?

Björn Rohles

2. November 2025

User Experience (UX) bringt Organisationen viele Vorteile, aber wir wissen nicht viel darüber, wie die Branche UX strategisch umsetzt. Auf der Mensch & Computer 2025 haben Julia Messerschmidt und ich eine Studie zum aktuellen Stand von UX Vision und UX-Strategie präsentiert.



View online:

<https://rohles.net/de/artikel/aktueller-stand-ux-strategie>

Inhaltsverzeichnis

1	Hauptergebnisse: UX-Strategie ist im Aufwind, aber noch nicht vollständig etabliert	1
1.1	Wie häufig sind UX Visionen und UX-Strategien?	1
1.2	Welche Aspekte decken UX Visionen und UX-Strategien ab? . . .	2
1.3	Wie werden UX Visionen und UX-Strategien erstellt, umgesetzt und gemessen?	2
2	Was sollte das Management in Bezug auf UX-Strategie tun?	3
3	Fazit	3
4	Literatur	4

Positive Erlebnisse haben einen **erheblichen wirtschaftlichen Wert**¹, und viele Organisationen investieren in positive Erlebnisse ihrer Kund:innen (Customer Experience, CX) sowie entsprechende CX-Strategien (Köninger & Gouthier, 2024). Aber wir wissen bemerkenswert wenig über das ähnliche Thema UX-Strategie und wie solche Strategien in der Praxis umgesetzt werden. Deshalb hat unsere UX-Strategie-Arbeitsgruppe (German UPA) eine Studie durchgeführt, um den aktuellen Stand („Status quo“) von UX-Visionen und UX-Strategien zu untersuchen. Konkret haben wir eine Umfrage erstellt (64 Befragte) und Interviews geführt (11 Teilnehmende) mit UX-Professionals aus dem deutschsprachigen Raum. In diesem Artikel möchte ich die wichtigsten Ergebnisse vorstellen.

1 Hauptergebnisse: UX-Strategie ist im Aufwind, aber noch nicht vollständig etabliert

1.1 Wie häufig sind UX Visionen und UX-Strategien?

Etwa die Hälfte der Befragten in unserer Umfrage hat eine UX-Strategie etabliert. Typische Barrieren waren, das Management nicht davon überzeugen zu können,

¹ <https://rohles.net/de/artikel/experience-economy>

dass die Organisation eine UX-Strategie benötigt, unzureichende Zeit für strategische Arbeit zu haben oder sich nicht darüber im Klaren zu sein, welche Vorteile UX-Visionen und UX-Strategien bringen. Interessanterweise existieren UX-Vision (Wie stellen wir uns das Erlebnis für unsere Nutzer:innen vor?) und UX-Strategie (Wie kommen wir dorthin?), obwohl sie eng miteinander verbunden sind, nicht immer gemeinsam.

Presentation slides

View at: <https://speakerdeck.com/player/8312b100d16444fc9b7d05f3838212d7>

1.2 Welche Aspekte decken UX Visionen und UX-Strategien ab?

Wie schon in früheren Arbeiten gesehen, können UX Visionen und UX-Strategien viele verschiedene Aspekte abdecken, und oft mehrere Aspekte gleichzeitig:

- Oft beziehen sie sich auf **digitale Produkte und Dienstleistungen**, wo sie skizzieren, wie sich das Erlebnis eines Nutzers bzw. einer Nutzerin bei der Interaktion mit dem Produkt oder der Dienstleistung anfühlen soll (und wie dies mit Geschäftszielen übereinstimmt).
- Transversal können sie über eine **ganze Produktfamilie und Dienstleistungen hinweg** gültig sein, wo sie darauf abzielen, ein ähnliches Erlebnis zu schaffen (im Einklang mit der Marke einer Organisation), unabhängig davon, welches Produkt oder welche Dienstleistung genutzt wird.
- Sie können sich auch auf **UX-Teams** konzentrieren, wo sie Prozesse, Tools und andere Details der UX-Arbeit definieren, aber auch die Zusammenarbeit mit anderen Teams.
- Schließlich können sie ganze **Organisationen** betreffen, wo sie Geschäftsziele mit human-centered Design und Research-Aktivitäten unterstützen und oft darauf abzielen, die Organisation in Richtung einer stärkeren Menschzentrierung zu transformieren.

1.3 Wie werden UX Visionen und UX-Strategien erstellt, umgesetzt und gemessen?

Durch unsere Umfrage und qualitativen Interviews haben wir viele Einblicke in die strategische UX-Arbeit in der Praxis gesammelt:

- Es sind hauptsächlich **interne UX-Mitarbeitende** und deren Management, die die Etablierung von UX-Strategie vorantreiben, selten das C-Level-Management.
- Die Arbeit an UX-Strategie ist sehr **kollaborativ**, oft über mehrere Abteilungen hinweg.
- UX-Strategie benötigt **kontinuierliche Messung**, um zu verstehen, wo die Organisation aktuell steht und ob sie sich in die richtige Richtung bewegt. Dies umfasst die UX von Produkten und Dienstleistungen, die UX-Reife der Organisation, aber auch die Wirkung der UX-Strategie.

2 Was sollte das Management in Bezug auf UX-Strategie tun?

Unsere Gespräche haben ergeben, dass UX-Professionals UX-Strategie als Leitlinie für ihre Arbeit fordern. Organisationen betrachten UX jedoch oft viel operativer und unterstützen selten die strategische Wirkung, die sie haben kann. Dies ist eine häufige Quelle der Frustration für UX-Professionals. Manager:innen müssen sich dieser Gefühle bewusst sein und die strategischen Ambitionen ihrer Mitarbeitenden unterstützen. Andererseits müssen UX-Professionals ihre Arbeit auch an Geschäftszielen ausrichten und den Wert ihrer Arbeit für das demonstrieren, was die Organisation erreichen möchte. Der Aufbau von Allianzen mit anderen Teams ist ein wichtiger Schritt zur Etablierung dieses strategischen Ansatzes für UX.

3 Fazit

Basierend auf einer Kombination aus quantitativen Umfragen und qualitativen Interviews hat unsere Studie den aktuellen Stand von UX Visionen und UX-Strategien in der deutschsprachigen UX-Branche ermittelt. Ein großes Dankeschön geht an meine Co-Autorin Julia und das gesamte Team der UX-Strategie-Arbeitsgruppe: Ohne eure Unterstützung wäre nichts davon möglich gewesen.

Das **Paper steht zum Download bereit** (Open Access) in der Digital Library der GI (Gesellschaft für Informatik) und erhielt eine Honorable Mention:

dl.acm.org/doi/10.1145/3743049.3743058²

4 Literatur

Köninger, Juliane Kristina, and Matthias H.J. Gouthier. "Successful Implementation of Customer Experience Strategy: Determinants and Results." *Journal of Service Management* 35, no. 5 (November 13, 2024): 605--29. <https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2023-0431>.

² <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3743049.3743058>