



Westsächsische Hochschule Zwickau

University of Applied Sciences

Bachelorarbeit zum Thema

Kulturelle Dimensionen nach Hofstede und ihre Anwendung im UI-Design am
Beispiel einer Interkulturellen Lern-app

Vorgelegt von:

Thorben Möller
Lauterer Str. 6
08315 Lauter-Bernsbach
E-Mail: thorben_moeller@gmx.net

Matrikelnummer: 40865
Studiengang Informatik
7. Fachsemester
Betreuung: Prof. Dr. Rainer Wasinger
Datum der Abgabe: 09.03.2023

Autorenreferat

Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist das erstellen eines Mappings zwischen den sechs Kulturdimensionen nach Hofstede und der Gestaltung von Benutzeroberflächen und die Analyse ob die Nutzung von Hofstedes Theorie sinnvoll ist. Dazu werden die Kulturdimensionen beschrieben, Grundlage dafür ist Recherchearbeit. Zusätzlich wird schon vorhandene Arbeit zu diesem Thema betrachtet. Auf Grundlage dieser Literaturarbeit wird das besagte Mapping erstellt. Danach werden zwei Prototypen beziehungsweise Mockups für die Nils2Go-App erstellt. Diese dienen als eine Art Designstudie, um die Anwendbarkeit des Mappings zu überprüfen. Ein Prototyp wird ausschließlich nach dem Mapping gestaltet und der zweite soll Elemente aus dem Corporate Design der Anwendung beibehalten. Die Sinnhaftigkeit der Anwendung von Hofstedes Kulturdimensionen im UI-Design soll letztendlich diskutiert und analysiert werden.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	1
Glossar	1
1 Einleitung	2
1.1 Motivation und Ziel.....	2
1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	3
2 Die 6 Kulturellen Dimensionen nach Hofstede	4
2.1 Machtdistanz (Powerdistance).....	4
2.2 Individualismus (Individualism).....	5
2.3 Maskulinität (Masculinity)	5
2.4 Vermeidung von Unsicherheit (Avoidance of Uncertainty).....	6
2.5 Langfristige zeitliche Orientierung (Long Term Orientation).....	6
2.6 Genuss gegen Zurückhaltung (Indulgence)	7
3 Die 7 Kulturellen Dimensionen nach Trompenaars	9
3.1 Universalismus gegen Partikularismus.....	9
3.2 Individualismus gegen Kollektivismus.....	9
3.3 Neutralität gegen Emotionalität	10
3.4 Spezifität gegen Diffusität	11
3.5 Leistung gegen Status	11
3.6 Zeitperspektive.....	11
3.7 Interne Kontrolle gegen externe Kontrolle	12
4 Vergleich und Auswahl.....	13
4.1 Gemeinsamkeiten.....	13
4.2 Unterschiede.....	14
4.3 Auswahl.....	15
5 Vergleichbare Arbeiten	16
6 Anwendbarkeit der Dimension im UI-Design.....	17
6.1 Anforderungen an das Mapping	17
6.2 Mapping.....	18
6.2.1 Machtdistanz	18
6.2.1.1 Oberflächengestaltung.....	18
6.2.1.2 Performanz	18
6.2.2 Individualismus.....	20
6.2.2.1 Oberflächengestaltung.....	20

6.2.2.2 Performanz	20
6.2.3 Maskulinität.....	21
6.2.3.1 Oberflächengestaltung	21
6.2.3.2 Funktionen und Gestaltung	22
6.2.4 Vermeidung von Unsicherheit	23
6.2.4.1 Oberflächengestaltung.....	23
6.2.4.2 Auswahlmöglichkeiten	23
6.2.5 Langfristige zeitliche Orientierung	24
6.2.5.1 Oberflächengestaltung.....	24
6.2.6 Genuss gegen Zurückhaltung	25
6.2.6.1 Oberflächengestaltung	25
6.2.6.2 Performanz und Typografie	25
7 Hofstedes Dimensionen in Deutschland.....	26
7.1 Machtdistanz in Deutschland	26
7.2 Individualismus in Deutschland	26
7.3 Maskulinität in Deutschland	27
7.4 Vermeidung von Unsicherheit	27
7.5 Langfristige zeitliche Orientierung in Deutschland.....	27
7.6 Genuss gegen Zurückhaltung in Deutschland	27
8 Prototyp	28
8.1 Prototyp nach Hofstedes Dimensionen.....	28
8.2 Prototyp in Verbindung mit dem Corporate Design.....	34
9 Diskussion und Ausblick	36
9.1 Diskussion der Ergebnisse.....	36
9.1 Ausblick	37
Quellenverzeichnis	38
Abbildungsverzeichnis	40

Abkürzungsverzeichnis

UI – User Interface

CI – Critical Incident

Glossar

Mapping:

Mit dem Begriff Mapping ist im Sinne dieser Arbeit eine Zuweisung gewisser Gestaltungsmöglichkeiten zu einem gewissen Wert für die Kulturdimensionen nach Hofstede.

Gamification:

Unter Gamification versteht man das Einbinden von spielerischen Elementen in anderen Kontexten, wie zum Beispiel der Arbeit oder in Anwendungen.

Android Studio:

Android Studio ist eine Entwicklungsumgebung für das erstellen von mobilen Anwendungen. Die Erstellung von Layouts wird über XML realisiert und die Funktionalitäten in Java.

1 Einleitung

1.1 Motivation und Ziel

In der heutigen globalisierten Welt spielt die Berücksichtigung kultureller Unterschiede im Design von User Interfaces eine wichtige Rolle. Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen in verschiedenen Regionen der Welt anbieten, müssen sicherstellen, dass ihre UI-Designs für Benutzer aus unterschiedlichen Kulturen intuitiv und ansprechend sind. Einen bekannten und bewährten Ansatz zur Analyse kultureller Unterschiede sind die kulturellen Dimensionen nach Geert Hofstede. [Q1],[Q2]

Die Theorie von Hofstede bietet die Möglichkeit die kulturellen Unterschiede zwischen Ländern zu bewerten und benennt dafür sechs Dimensionen, die eine Kultur oder Gesellschaft kennzeichnen. Diese Dimensionen sind: Machtdistanz, Individualismus, Maskulinität, Vermeidung von Unsicherheiten, langfristige zeitliche Orientierung und Genuss gegen Zurückhaltung. Diese Dimensionen bieten eine grundlegende Orientierung für die Analyse von kulturellen Unterschieden und können verwendet werden, um das Verständnis von Benutzerbedürfnissen und Erwartungen in verschiedenen kulturellen Kontexten zu verbessern. [Q2]

Die Anwendung der kulturellen Dimensionen nach Hofstede im UI-Design ist jedoch nicht ohne Herausforderungen. Zunächst bieten die Dimensionen nach Hofstede nur einen groben Überblick über die kulturellen Unterschiede und es wird dabei nicht beachtet, dass es innerhalb einer Kultur große Unterschiede geben kann, besonders in einer Zeit mit einer so hohen Multikulturalität wie heute. Zudem gibt es Kritik daran, dass die Theorie nicht auf alle Kulturen angewendet werden kann und dass sie veraltet ist. Deshalb ist es notwendig, die kulturellen Dimensionen nach Hofstede nur als eine von vielen Methoden zur spezifischen Erstellung von UI-Designs zu betrachten und sie in Kombination mit anderen Ansätzen zu verwenden. [Q3]

Diese Arbeit untersucht die Anwendung der kulturellen Dimensionen nach Hofstede im UI-Design und zeigt auf, wie und ob sie verwendet werden können. Dabei soll der entstandene Ansatz universell (nicht nur für eine Anwendungsart) einsetzbar sein und eine Möglichkeit bieten Oberflächen an bestimmte Gesellschaften oder kulturelle Gruppen anzupassen. Voraussetzung dafür ist natürlich die vorherige Hofstede-Bewertung der Dimensionen für die entsprechende Zielgruppe.

Dabei stellt sich folgende Forschungsfrage: In wie weit ist die Nutzung der Dimensionen nach Hofstede im UI-Design sinnvoll und angebracht?

1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit

Die Arbeit ist in sieben Abschnitte geteilt, wobei ein Teil die bereits vorhandenen wissenschaftlichen Grundlagen zusammenfasst und bewertet, während der andere Teil darauf abzielt dieses Wissen im Sinne des UI-Designs nutzbar zu machen.

Der erste Abschnitt behandelt die sechs kulturellen Dimensionen nach Geert Hendrik Hofstede, im Folgenden nur als Geert Hofstede oder Hofstede genannt. Alle Dimensionen werden dabei separat erläutert.

Der zweite Abschnitt behandelt die Thesen nach Fons Trompenaars, die durchaus vergleichbar mit denen von Hofstede sind. Das Vorgehen ist dabei das gleiche.

Der dritte Abschnitt dient dem Vergleich der beiden Theorien und der Begründung, warum sich Hofstedes Ansatz besser eignet.

Der vierte Abschnitt behandelt einen Artikel der als Anlass für diese Arbeit dient. Darin wird ebenfalls die Anwendung von Hofstedes Kulturdimensionen im UI-Design erarbeitet, jedoch nur in Bezug auf Suchmaschinen.

Im fünften Abschnitt wird ein Mapping erstellt, welches dazu dienen soll auf einfache Weise Benutzeroberflächen für eine bestimmte Gesellschaft oder ein Land zu erstellen.

Der sechste Abschnitt erläutert wie die Bewertungen der Kulturdimensionen in Deutschland ist und wie sich diese erklären lässt.

Der siebte Abschnitt fasst zusammen wie ein Prototyp mit den Werten aus dem vorherigen Abschnitt am Beispiel einer mobilen, interkulturellen Lern-App aussehen kann.

Im letzten Abschnitt werden die Ergebnisse zusammengefasst und diskutiert, gefolgt von einem Ausblick auf mögliche weitere Vorgehensweisen.

2 Die 6 Kulturellen Dimensionen nach Hofstede

Ende der 1970er veröffentlichte Geert Hofstede seine Ergebnisse aus Umfragen mit hunderten IBM-Mitarbeitern aus insgesamt 53 Ländern. Darin enthalten waren die ersten vier der späteren sechs Dimensionen. Diese waren Machtdistanz, Individualismus, Maskulinität und Vermeidung von Unsicherheit. Die fünfte Dimension, Langfristige zeitliche Orientierung, wurde 1991 mit Hilfe des kanadischen Sozialpsychologen Michael Harris Bond ergänzt. Die sechste Dimension, Genuss gegen Zurückhaltung, wurde erst 2011 von Michael Minkov ergänzt. [Q4],[Q5]

2.1 Machtdistanz (Powerdistance)

Die Machtdistanz beschreibt den Grad, in dem die Menschen in einer Kultur den Unterschied zwischen Macht und Unmacht akzeptieren. Länder mit einer hohen Machtdistanz haben eine starke Hierarchie und eine hohe Akzeptanz gegenüber Autoritäten, während Länder mit einer niedrigen Machtdistanz eher egalitär und informell sind. [Q4],[Q5]

In Ländern mit einer hohen Machtdistanz gibt es eine klare Trennung zwischen denen, die mehr Macht haben und denen, die weniger Macht haben. Diese Trennung kann sowohl in der Gesellschaft als auch in Organisationen zu finden sein. Es gibt eine starke Hierarchie und Autorität, und die Menschen akzeptieren, dass es Andere gibt, die über ihnen stehen und ihre Entscheidungen treffen oder beeinflussen. Zudem gibt es auch klare Privilegien und Verantwortungen, die mit dem Faktor Macht einhergehen. [Q4],[Q5],[Q6]

In Ländern mit einer niedrigen Machtdistanz gibt es eine geringere Trennung zwischen denen, die Macht haben und denen, die keine Macht haben. Es gibt deshalb eine eher egalitäre und informelle Kultur, in der Menschen sich als gleichwertig betrachten und die Macht ist weniger konzentriert. Dabei gibt es auch eine größere Betonung auf Teamarbeit und Konsensentscheidungen. Es herrscht eine große Verantwortung der Einzelperson, da diese nicht auf Autoritäten übertragen werden können. [Q4],[Q5],[Q6]

2.2 Individualismus (Individualism)

Individualismus beschreibt, ob die Menschen in einer Kultur ihre Identität und Zugehörigkeit durch eine Gruppe, der sie angehören, oder sich selbst definieren. Länder mit einem hohen Individualismus haben einen starken Sinn für Unabhängigkeit und Selbstständigkeit, während Länder mit einem hohen Kollektivismus eine starke Kultur der Gruppe und Loyalität haben. [Q4],[Q5],[Q6]

Individualistische Kulturen betonen die Unabhängigkeit und Selbstständigkeit des Individuums und die Verantwortung des Einzelnen für sein eigenes Wohlergehen. In diesen Kulturen haben die Menschen eine starke Verbindung zu ihrem Selbst und legen Wert auf persönliche Freiheit und Erfolg. Sie betrachten sich selbst als unabhängige Einheiten und legen weniger Wert auf die Zugehörigkeit zu Gruppen. Es gibt eine weniger starke Bindungen zwischen Familienmitgliedern und Freunden. Außerdem gehen damit auch weniger Erwartungen an die Solidarität innerhalb der Gruppe einher und die Menschen sind eher bereit, für ihre eigenen Interessen zu kämpfen. [Q4],[Q5],[Q6]

In Gesellschaften mit einem niedrigen Individualismus hingegen wird der Gruppe und der Solidarität ein großer Wert zugerechnet. Die Menschen haben eine enge Bindung zu ihren Nächsten und versuchen auf diese Weise ihre Ziele zu erreichen. [Q4],[Q5],[Q6]

2.3 Maskulinität (Masculinity)

Die Dimension der Maskulinität beschreibt, wie sehr eine Gesellschaft die traditionellen Geschlechterrollen und -verhältnisse akzeptiert. Länder mit einer hohen Maskulinität haben eine kulturelle Überzeugung, dass Männer und Frauen unterschiedliche Rollen und Verantwortungen haben und dass Männer aggressive und konkurrenzfähige Eigenschaften haben, während Frauen die Rolle von Fürsorgern und Unterstützern haben. [Q4],[Q5],[Q6]

In Ländern mit einer hohen Maskulinität herrscht eine starke Konkurrenzkultur, in der es darum geht, erfolgreich zu sein und anerkannt zu werden. Es gibt auch starke Erwartungen an Männer, dass sie hart arbeiten und entsprechend erfolgreich sind. Auf der anderen Seite haben Frauen oft weniger Möglichkeiten zur Karriereentwicklung

und werden eher in traditionellen Hausfrauen- und Mütterrollen erzogen. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer niedrigen Maskulinität haben eine kulturelle Überzeugung, dass Männer und Frauen gleiche Rollen und Verantwortungen haben und dass es wichtiger ist, zusammenzuarbeiten und ein harmonisches Leben zu führen, als erfolgreich zu sein. In diesen Ländern gibt es eine stärkere Betonung von Empathie, sozialer Verantwortung und Fürsorglichkeit. [Q4],[Q5],[Q6]

2.4 Vermeidung von Unsicherheit (Avoidance of Uncertainty)

Die Dimension Vermeidung von Unsicherheit beschreibt, wie Menschen in einer Gesellschaft mit Unsicherheit und Vieldeutigkeit umgehen. Vermeidung von Risiken und Regeltreue sind jedoch nicht damit gemeint. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer hohen Vermeidung von Unsicherheit haben eine starke Tendenz, Unsicherheit und Mehrdeutigkeiten zu vermeiden und regelbasierte Systeme und Strukturen zu schaffen, die Klarheit und Stabilität gewährleisten. Indizien dafür können eine hierarchische Organisation und ein starkes Vertrauen in Autoritäten sein. In diesen Ländern werden Änderungen oft als negativ angesehen und es besteht eine starke Abneigung gegenüber Experimenten und Innovationen. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer niedrigen Vermeidung von Unsicherheit sind eher bereit, mit Unsicherheit umzugehen und neue Ideen und Veränderungen zu akzeptieren. In diesen Ländern herrscht eine stärkere Toleranz gegenüber Vielfalt und eine größere Offenheit gegenüber Experimenten und Innovationen. Es besteht ein geringeres Bedürfnis nach Klarheit und Stabilität und eine stärkere Fokussierung auf individuelle Freiheit und Flexibilität. [Q4],[Q5],[Q6]

2.5 Langfristige zeitliche Orientierung (Long Term Orientation)

Langfristige zeitliche Orientierung ist eine Dimension, die beschreibt, wie Menschen in einer Gesellschaft ihr Verhältnis zur Zeitkomponente sehen. [Q4],[Q5],[Q6]

Kulturen mit einer hohen Langzeitorientierung haben eine starke Tendenz, die Zukunft zu planen und ihr Handeln auf langfristige Ziele und Verpflichtungen auszurichten.

Diese Kulturkreise legen Wert auf Sparsamkeit, Fleiß und Pflichtbewusstsein und sehen die Einhaltung von Verpflichtungen als wichtige Verantwortung gegenüber Familie, Gesellschaft und sich selbst. In diesen Ländern ist die Förderung von Kindern folglich ein wichtiger Teil des Lebens und es besteht eine starke Überzeugung, dass harte Arbeit und Bildung zu einer erfolgreichen Zukunft führen. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer niedrigen Langzeitorientierung neigen dazu, sich mehr auf die Gegenwart zu konzentrieren und den Moment zu genießen, anstatt lange Zeitpläne und Verpflichtungen einzuhalten. Hier stehen die Freiheit und das Vergnügen im Vordergrund und es besteht ein geringeres Bedürfnis, sich auf lange Sicht zu binden oder Verpflichtungen einzuhalten. Zudem gibt es einen gewissen Fokus auf bereits bestehende moralische Prinzipien statt einer Anpassung an mögliche Veränderungen in der Zukunft. [Q4],[Q5],[Q6]

2.6 Genuss gegen Zurückhaltung (Indulgence)

Genuss gegen Zurückhaltung beschreibt, wie Menschen in einer Gesellschaft mit Vergnügen und Freiheit umgehen. Es wird davon ausgegangen, dass es in jeder Kultur einen bestimmten Grad an Regulierung durch moralische und soziale Verpflichtungen gibt, und dass manche Kulturen eher dazu tendieren, Freiheit und Vergnügen zu fördern, während andere eine stärkere Prägung durch moralische Verpflichtungen und Regeln aufweisen. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer hohen Genuss-Orientierung neigen dazu, den Moment zu genießen und das Vergnügen in den Vordergrund zu stellen. Hier herrscht eine geringere Prägung durch moralische Verpflichtungen und Regeln und es wird ein größerer Wert auf persönliche Freiheit und Freude gelegt. Eine hohe Genuss-Orientierung kann zu einer Gesellschaft führen, die offener für Veränderungen und Neues ist. Menschen, die in solchen Gesellschaften aufgewachsen sind, haben häufig eine positive Einstellung gegenüber neuen Erfahrungen und sind bereit, Risiken einzugehen. [Q4],[Q5],[Q6]

Länder mit einer niedrigen Genuss-Orientierung hingegen legen einen stärkeren Fokus auf Regeln und moralische Verpflichtungen. Hier herrscht eine starke Überzeugung, dass Freiheit und Vergnügen beschränkt werden sollten, um das

Gemeinwohl und die soziale Stabilität zu gewährleisten. Menschen in solchen Gesellschaften haben häufig eine stärkere Arbeitsmoral und legen mehr Wert auf Pflichtbewusstsein und Verantwortung. [Q4],[Q5],[Q6]

3 Die 7 Kulturellen Dimensionen nach Trompenaars

Die 7 kulturellen Dimensionen nach Fons Trompenaars sind ein weiterer Ansatz zur Analyse kultureller Unterschiede zwischen Nationen. Die Dimensionen bauen auf den Arbeiten von Geert Hofstede auf, haben jedoch einige Unterschiede. [Q7],[Q8],[Q9]

3.1 Universalismus gegen Partikularismus

Diese Dimension beschreibt, wie Individuen und Gesellschaften Regeln und Prinzipien handhaben. [Q8]

Universalismus hebt die Bedeutung allgemeiner Regeln und Gesetze, die für alle gelten sollten, unabhängig von persönlichen Verbindungen oder Beziehungen hervor. In Kulturen, die stark von Universalismus geprägt sind, ist es üblich, dass Regeln und Gesetze objektiv und neutral sind. Dies kann zu einer höheren sozialen Stabilität und Rechtssicherheit in Universalistischen Kulturen führen. [Q7],[Q8],[Q9]

Partikularismus legt hingegen den Fokus auf die Bedeutung von persönlichen Beziehungen und Verbindungen, insbesondere in Bezug auf die Auslegung und Durchsetzung von Regeln und Gesetzen. Partikularistische Kulturen haben eine Tendenz, Regeln und Gesetze anzupassen, abhängig von persönlichen Beziehungen und Verbindungen. [Q7],[Q8],[Q9]

Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass jede Kultur ihre eigene spezifische Balance zwischen Universalismus und Partikularismus aufweist, die durch verschiedene Faktoren beeinflusst wird. [Q7],[Q8],[Q9]

3.2 Individualismus gegen Kollektivismus

Individualismus bezieht sich auf den Fokus auf die Bedürfnisse und Rechte einer einzelnen Person, während Kollektivismus sich auf die Bedürfnisse und Rechte einer Gruppe oder einer Gemeinschaft konzentriert. [Q7],[Q8],[Q9]

In einer individualistischen Kultur steht die Einzelperson im Vordergrund und es wird erwartet, dass jeder für sich selbst verantwortlich ist. Hier herrscht ein starker Wettbewerb und ein gewisser Egoismus. Es gibt dementsprechend weniger Verantwortung gegenüber anderen. [Q7],[Q8],[Q9]

In einer kollektivistischen Kultur hingegen legt man großen Wert auf soziale Bindungen und Zusammenarbeit. Hier stehen Gemeinschaft und Gruppeninteressen über den Interessen einer einzelnen Person. Die Verantwortung wird dabei auf die gesamte Gruppe verteilt, dafür wird auch der Verlust gewisser Freiheiten akzeptiert. [Q7],[Q8],[Q9]

Es ist wichtig zu beachten, dass keine Kultur vollständig individualistisch oder kollektivistisch ist, sondern dass sie irgendwo auf einer Skala dazwischen liegen. Es ist auch wichtig zu beachten, dass diese Dimension in Bezug auf Geschäftspraktiken und Interaktionen von besonderer Bedeutung ist, da sie Einfluss auf die Art und Weise hat, wie Menschen mit anderen interagieren und Geschäfte tätigen. [Q7],[Q8],[Q9]

3.3 Neutralität gegen Emotionalität

Diese Dimension beschreibt die Art und Weise, wie Kulturen mit Emotionen umgehen. Die Dimension Neutralität gegen Emotionalität hat Auswirkungen auf das Verhalten in verschiedenen Kontexten, wie beispielsweise in Verhandlungen, bei der Kommunikation oder in der Führung von Teams. Es ist wichtig, die unterschiedlichen Erwartungen und Verhaltensmuster in Bezug auf Emotionen zu verstehen, um erfolgreich zu kommunizieren und zu interagieren. [Q7],[Q8],[Q9]

Auf der einen Seite gibt es Kulturen, die eine neutrale Haltung gegenüber Emotionen einnehmen. In diesen Kulturen wird erwartet, dass Emotionen in privaten Situationen ausgelebt werden, aber nicht in öffentlichen oder geschäftlichen Kontexten. Hier stehen die Rationalität und die Kontrolle der Emotionen im Vordergrund. So sind zum Beispiel auch Gestik und Mimik eher eingeschränkt. [Q7],[Q8],[Q9]

Auf der anderen Seite gibt es Kulturen, die eine emotionale Haltung einnehmen. Hier werden Emotionen als wichtiger Teil des menschlichen Erlebens und der Kommunikation betrachtet und es ist zu erwarten, dass Emotionen auch in der Öffentlichkeit frei zum Ausdruck gebracht werden, zum Beispiel durch Körpersprache und einem eher extrovertierten Auftreten. [Q7],[Q8],[Q9]

3.4 Spezifität gegen Diffusität

Diese Dimension stellt dar, in wie fern die Menschen einer Gesellschaft bereit sind private Angelegenheiten anderen Menschen mitzuteilen. [Q8]

In spezifischen Gesellschaften werden Arbeit und privates klar von anderen Lebensbereichen getrennt. Dabei kann es passieren, dass Personen im privaten Bereich ein vollkommen anderes Verhältnis zu anderen haben als in der Arbeit. Personen geben nur sehr wenigen und sehr vertrauten Menschen Zugang zu ihrem privaten Leben. [Q7],[Q8],[Q9]

In diffusen Gesellschaften hingegen verlaufen die Grenzen zwischen den verschiedenen Lebensbereichen fließend. Darüber hinaus bleiben jedoch die Verhältnisse zwischen Personen in den Bereichen gleich. So wird zum Beispiel eine Autoritätsperson auch in privaten Zusammenkünften stärker respektiert. [Q7],[Q8],[Q9]

3.5 Leistung gegen Status

In dieser Dimension geht es darum, ob man einen gewissen Status von Geburt an zugeschrieben bekommt oder ob man sich diesen erst erarbeiten muss. [Q8]

In Leistungsgesellschaften muss ein gewisses Ansehen hart erarbeitet werden. Titel und Autorität basieren auf Kompetenz, Leistung und erreichten Fortschritten. [Q7],[Q9]

In statusorientierten Gesellschaften hingegen sind die gesellschaftlichen Umstände von der Geburt an gegeben. Besonders wichtig dabei sind auch die sozialen Verbindungen. Auch Autorität basiert auf dem sozialen Hintergrund und Titeln. Dennoch ist Respekt gegenüber Höhergestellten wichtig. [Q7],[Q8],[Q9]

3.6 Zeitperspektive

Die Dimension Zeitperspektive nach Trompenaars beschreibt unterschiedliche Haltungen gegenüber der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft in unterschiedlichen Kulturen. Einer der Aspekte ist die Orientierung an Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft. Einige Kulturen betonen die Vergangenheit, indem sie traditionelle Werte und Verhaltensweisen bewahren und pflegen. Andere legen mehr Wert auf die Gegenwart und den Augenblick und leben bewusst im Hier und Jetzt. Wiederum andere haben

eine starke Ausrichtung auf die Zukunft, mit einem Fokus auf Plänen, Zielen und Visionen. [Q7],[Q8],[Q9]

Ein weiterer Aspekt ist das Verhältnis zu Veränderung und Kontinuität. Einige Kulturen bevorzugen Kontinuität und Stabilität und sind skeptisch gegenüber Veränderungen. Andere legen mehr Wert auf Flexibilität und Anpassungsfähigkeit und begrüßen Veränderungen. [Q7],[Q8],[Q9]

Die Zeitperspektive kann Auswirkungen auf Handlungen und Entscheidungen haben, insbesondere in Bezug auf die Art und Weise, wie Probleme angegangen und Lösungen gefunden werden. Es ist wichtig, die unterschiedlichen Zeitperspektiven in verschiedenen Kulturen zu verstehen und zu berücksichtigen, um erfolgreich zusammenzuarbeiten und zu kommunizieren. [Q7],[Q8],[Q9]

3.7 Interne Kontrolle gegen externe Kontrolle

Diese Dimension beschäftigt sich mit dem Verhältnis einer Person der Kultur zur Umwelt. Dabei versucht eine Gesellschaft die Umwelt zu kontrollieren oder lebt in einer Art Einklang mit dieser. [Q8]

Innere Kontrolle bedeutet, dass eine Gesellschaft glaubt, die Umwelt kontrollieren zu können. Dabei gibt es eine erhöhte Eigenverantwortung, da die Umwelt folglich nicht für Fehler verantwortlich gemacht werden kann. [Q7],[Q9]

Kulturen mit einer externen Kontrolle versuchen mit der Umwelt zu kooperieren statt sie zu kontrollieren. Die Verantwortung für Misserfolge wird oft an die Umwelt übertragen. Daraus ergibt sich eine höhere Kompromissbereitschaft. [Q7],[Q9]

4 Vergleich und Auswahl

Für die Nutzung im Bezug auf UI-Design ist es grundsätzlich zwar möglich beide Ansätze zu nutzen. Die Folge wäre allerdings ein eventuell erschwertes Mapping zwischen den kulturellen Dimensionen und Designentscheidungen, da die Dimensionen nach Trompenaars zwar auf denen von Hofstede aufbauen, sich aber doch an vielen Stellen unterscheiden.

4.1 Gemeinsamkeiten

Obwohl Hofstede und Trompenaars unterschiedliche Herangehensweisen an die Erforschung kultureller Dimensionen haben, gibt es einige Gemeinsamkeiten in ihren Ergebnissen. Insgesamt zeigen ihre Modelle, dass kulturelle Unterschiede in verschiedenen Bereichen wie Kommunikation, Management und zwischenmenschlichen Beziehungen auftreten können.

Eine der wichtigsten Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Modellen ist die Dimension des Individualismus gegen Kollektivismus. Beide stimmen darin überein, dass einige Kulturen tendenziell individualistischer sind und die Bedürfnisse und Ziele des Individuums betonen, während andere kollektivistischer sind und den Fokus auf die Gruppe und das Gemeinwohl legen.

Eine weitere gemeinsame Dimension ist die Machtdistanz, die zeigt, wie eine Gesellschaft mit ungleicher Verteilung von Macht und Autorität umgeht. Zwar gibt es eine solche Dimension nicht in der Theorie von Trompenaars, dennoch wird das Thema bearbeitet. Beide Modelle stellen fest, dass einige Kulturen eine hohe Machtdistanz haben, in denen die Autorität und Hierarchie akzeptiert und respektiert werden, während andere Kulturen eine niedrigere Machtdistanz haben und Macht als etwas betrachten, das geteilt und hinterfragt werden sollte.

Eine weitere Gemeinsamkeit ist die Dimension der Vermeidung von Unsicherheit, die zeigt, wie eine Gesellschaft mit Unsicherheit und Risiko umgeht. Beide Modelle betonen, dass einige Kulturen tendenziell Unsicherheiten versuchen zu vermeiden, während andere mit Unsicherheit umgehen können. Dennoch hat auch hier Trompenaars keine direkt vergleichbare Dimension.

Die Dimension der Maskulinität gegen Femininität zeigt, wie stark eine Kultur traditionell männliche oder weibliche Eigenschaften schätzt. Trompenaars stimmt verteilt in seinen Dimensionen darin überein, dass einige Kulturen traditionell maskuliner sind und Eigenschaften wie Durchsetzungsvermögen, Wettbewerb und Leistungsorientierung schätzen, während andere Kulturen traditionell femininer sind und eher Wert auf Beziehungen, Fürsorge und Lebensqualität legen.

Darüber hinaus gibt es einige Unterschiede in der Terminologie und Schwerpunktsetzung, die sich zwischen den beiden Modellen unterscheiden. Zum Beispiel verwendet Trompenaars die Dimension der Universalität gegen Partikularität, die ähnlich wie Hofstede's Individualismus gegen Kollektivismus konzipiert ist, jedoch einen Schwerpunkt auf die Beziehung zwischen dem Einzelnen und seinem Umfeld legt. Während Hofstede die Dimension der Unsicherheitsvermeidung betont, betont Trompenaars die Dimension der Innerlichkeit gegen Äußerlichkeit, die zeigt, wie viel eine Kultur ihre Emotionen und Gedanken offen zeigt.

4.2 Unterschiede

Eine wichtige Unterscheidung ist, dass Hofstede seine Kategorien auf nationaler Ebene analysiert, während Trompenaars sich auf kulturelle Differenzen innerhalb von Unternehmen und Organisationen konzentriert. Hofstede's Arbeit basiert auf einem empirischen Ansatz, bei dem er Daten von IBM-Mitarbeitern in verschiedenen Ländern sammelte, während Trompenaars Interviews und Fallstudien verwendet, um die kulturellen Unterschiede innerhalb von Unternehmen zu untersuchen.

Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass Hofstede Dimensionen identifiziert, die sich auf verschiedene Aspekte der menschlichen Kultur beziehen, wie zum Beispiel die Einstellung zur Hierarchie, während Trompenaars Dimensionen identifiziert, die sich auf die Art und Weise beziehen, wie Menschen kommunizieren und arbeiten, wie zum Beispiel die Art, wie Konflikte gelöst werden.

Eine spezifische Unterscheidung ist die Dimension der Maskulinität. Während Hofstede diese Dimension als Unterscheidung zwischen Geschlechterrollen interpretiert, bezieht sich Trompenaars darauf, wie "hart" oder "weich" eine Kultur in Bezug auf Leistung und Beziehungen ist. Es geht also nicht um biologische Geschlechterunterschiede, sondern um soziale Konstrukte.

Ein weiterer Unterschied besteht in der Art und Weise, wie die Dimensionen interpretiert werden. Hofstede schlägt vor, dass bestimmte Kulturen eine höhere Toleranz gegenüber Unsicherheit oder eine höhere Machtdistanz aufweisen können, während Trompenaars darauf hinweist, dass es keine "richtige" oder "falsche" Einstellung gibt. Stattdessen muss die Kultur eines Unternehmens oder einer Organisation verstanden und respektiert werden, um effektiv kommunizieren und arbeiten zu können.

4.3 Auswahl

Ausschlaggebend für die Auswahl der genutzten Thesen sind die festgestellten Unterschiede. Hofstede nutzte ein empirisches Verfahren mit einer sehr großen Datenmenge, was zu einem genaueren Ergebnis führt, als Fallstudien und Interviews. Auch der Fokus Hofstedes auf die nationale Ebene, eher als auf ein Unternehmen beziehungsweise Organisation ist für das Ziel dieser Arbeit wertvoller. Zudem ergibt sich aus den Dimensionen von Hofstede eine klare und nutzbare Bewertung.

Zusätzlich gibt es zu den Thesen von Hofstede in Verbindung mit UI-Design bereits Ansätze, die einen gewissen Ausgangspunkt bieten und die Bevorzugung von Hofstedes Thesen bestätigen.

5 Vergleichbare Arbeiten

Eine vergleichbare Arbeit ist „A Study of Search User Interface Design based on Hofstede`s Six Cultural Dimensions“ von Karen Chessum, Haiming Liu und Ingo Frommholz, die alle an britischen Universitäten tätig sind. Der Artikel beschäftigt sich mit der Anwendung von Hofstedes Dimensionen auf das UI-Design für Suchmaschinen. Dabei wurde untersucht, ob die Präferenzen der Nutzer damit besser Angesprochen werden können. [Q2]

Im Artikel werden nach einer Einleitung zunächst vier kulturelle Modelle sehr kurz vorgestellt. Beschrieben werden die Modelle von Edward Hall, Trompenaars & Hampden Turner, Richard Nisbett und natürlich Hofstede. Anschließend wird beschrieben, warum Hofstede ausgewählt wurde. Darauf folgt eine genauere Erklärung von Hofstedes Theorie und eine Erläuterung der einzelnen Dimensionen. Die Dimensionen werden immer Beschrieben und dargelegt wie sich ein hoher und ein niedriger Wert jeweils erkennen lassen. Es wurden danach zwölf Benutzeroberflächen erstellt, jeweils eine für einen niedrigen und eine für einen hohen Wert der Dimension. Zu sehen sind im Artikel nur zwei der Prototypen, die für die Dimension der Maskulinität. Darunter finden sich Tabellen mit einem Mapping zwischen maskulinen beziehungsweise femininen Attributen und den entsprechenden Design-Entscheidungen. Zur Bestätigung der Ergebnisse wurde eine Umfrage genutzt, die ebenfalls im Artikel beschrieben wird. Im letzten großen Teil des Artikels werden die Ergebnisse der Umfrage ausgewertet und Schlüsse gezogen. [Q2]

Die Ergebnisse der Forschungsarbeiten aus dem Artikel sind zwar ein guter Ansatz für diese Arbeit, aber sie sind nicht vollständig hinnehmbar. Die Teilnehmerzahl der Umfrage sind relativ gering und mit teilweise sehr niedrigen Teilnehmerzahlen auf viele Länder verteilt. Außerdem wirkt das Mapping zwischen den Entsprechenden Attributen der Dimensionen und den Design-Entscheidungen oberflächlich. Trotzdem zeigt die Arbeit im Ansatz, dass Hofstedes Theorie auf UI-Design sinnvoll anwendbar sein kann und bietet somit einen guten Ausgangspunkt für diese Arbeit und lässt Raum für weitere Arbeiten an dem Thema. [Q2]

6 Anwendbarkeit der Dimension im UI-Design

Zwar wird im zuvor erwähnten Artikel schon im Ansatz nachgewiesen, dass die Dimensionen anwendbar sind im Bezug auf das UI-Design, jedoch bleibt die Art und Weise fraglich. Dafür muss ein sinnvolles und ausführliches Mapping erstellt werden, welches auf bereits vorhandenen Thesen und Theorien basiert.

6.1 Anforderungen an das Mapping

Das Mapping soll übersichtsartig eine Verbindung zwischen den Dimensionen und Designelementen für Benutzeroberflächen darstellen. Wichtig ist dabei, dass nicht nur die maximalen Werte betrachtet werden sollen. Es muss dementsprechend eine Art Skala geben an der auch die Zwischenbereiche ablesbar sein sollen. Diese wird in fünf oder drei Abschnitte geteilt. Dabei kann es für jede Dimension mehrere Betrachtungspunkte geben, wie zum Beispiel: eine Skala für die Oberfläche (Farbe, Font, ...), eine für die Art von Sprache und eine für inhaltliche Aspekte. Bei Überschneidung verschiedener Gestaltungsrichtlinien des Mappings muss der Nutzer selbst einen Kompromiss finden, oder sich für eins der Elemente entscheiden.

Damit sollte es möglich sein, egal für welches Land oder welchen Kulturkreis Oberflächen, entsprechend der Dimensionen nach Hofstede, zu gestalten. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass es für diesen Kulturkreis eine entsprechende Bewertung der Dimensionen gibt, andernfalls muss diese zunächst vorgenommen werden.

6.2 Mapping

6.2.1 Machtdistanz

6.2.1.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Machtdistanz: 60-100	• Klar sichtbare und hierarchische Strukturierung • Eindeutige Untermenüs • Formelle Gestaltung [Q12]
Mittlere Machtdistanz: 40-60	• Einfachere Strukturen, dennoch klare Navigation • Leicht zu erreichende Feedback-Tools oder Foren [Q12]
Niedrige Machtdistanz: 00-40	• Nutzung von horizontalen Strukturen zum Beispiel Gitter mit Symbolen • Geringe Anzahl an Design-Elementen für eine unkomplizierte visuelle Sprache [Q12]

6.2.1.2 Performanz

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Machtdistanz: 60-100	• Formelle Sprache • Höfliche Sprache [Q12]
Mittlere Machtdistanz: 40-60	• Eher informell • Freundliche und lockere Schreibweise
Niedrige Machtdistanz: 00-40	• Eventuell personalisierbare Typografien

	• Sprachgebrauch auf persönlicher Ebene [Q12]
--	--

6.2.2 Individualismus

6.2.2.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hoher Individualismus: 60-100	• Darstellung von Einzelpersonen • Vermeiden von Gruppendarstellungen • Gegensätzliche Farben [Q10],[Q11]
Mittlerer Individualismus: 40-60	• Ähnliche Menge Darstellungen von Einzelpersonen und Gruppen • Nutzung verschiedener Farben, die jedoch harmonisieren
Niedriger Individualismus: 00-40	• Darstellung von Gruppen und entsprechenden Symboliken • Vermeidung von individuellen Darstellungen • Einheitliche Farbwahl und Symbole [Q10],[Q11]

6.2.2.2 Performanz

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hoher Individualismus: 60-100	• Persönliche Ansprache des Nutzers • Betonung der Selbstentwicklung [Q10],[Q11]
Mittlerer Individualismus: 40-60	• Betonung von Individualität und Gemeinschaft in gleichem Maße • Neutralere Ansprache
Niedriger Individualismus: 00-40	• Ansprache aller + • Formelle Ansprache [Q10],[Q11]

6.2.3 Maskulinität

6.2.3.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Sehr maskulin: 75-100	- Dominante Farben  - Technische Darstellungen/Symboliken [Q10],[Q11]
Etwas maskulin: 55 -75	- Farbliche Anpassung in Richtung der neutralen Farben - Weniger harte Formen
Neutral: 45-55	- Traditionell Neutrale, geschlechtsunspezifische Farben  - Klare geometrische Formen und weiche Formen kombinieren
Etwas feminin: 25-45	- Neutrale Farben etwas abschwächen - Mehr weiche Formen aber nicht ausschließlich
Sehr feminin: 00-25	- Weiche Farben beziehungsweise Pastellfarben  - Nutzung von weichen geometrischen Formen [Q10],[Q11]

6.2.3.2 Funktionen und Gestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Sehr maskulin: 75-100	• Nur notwendige Funktionen • Gestaltungselemente sollten dazu beitragen Funktionen des Produkts zu erfüllen [Q10],[Q11]
Etwas maskulin: 55-75	• Funktion wichtiger als Optik • Design trotzdem nicht irrelevant
Neutral: 45-55	• Funktion und Optischer Aspekt im Gleichgewicht
Etwas feminin: 25-45	• Design im Vordergrund • Trotzdem noch zum Teil mit Funktion verbunden
Sehr feminin: 00-25	• Ästhetik überwiegt Funktion • Nicht jedes Element muss funktional sein [Q10],[Q11]

6.2.4 Vermeidung von Unsicherheit

6.2.4.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Vermeidung von Unsicherheit: 60-100	• Unmissverständliche Symbole und Beschriftungen • Genaue geometrische Formen • Sehr geordnet, symmetrisch • Konservatives Design [Q12]
Mittlere Vermeidung von Unsicherheit: 40-60	• Moderneres Design • Trotzdem klar strukturiert • Einfache Navigationsmöglichkeiten
Niedrige Vermeidung von Unsicherheit: 00-40	• Design nicht mit Funktion gekoppelt • Nutzung abstrakter Formen und Muster • Lockeres Layout und Schriftart [Q12]

6.2.4.2 Auswahlmöglichkeiten

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Vermeidung von Unsicherheit: 60-100	• Geringe Menge an Auswahlmöglichkeiten • Wahlen für den Nutzer Treffen [Q12]
Mittlere Vermeidung von Unsicherheit: 40-60	• Überschaubare Menge an Wahlmöglichkeiten • Nutzer bei Wahl unterstützen
Niedrige Vermeidung von Unsicherheit: 00-40	• Viele Wahlmöglichkeiten • Nutzer soll Wahl eigenständig treffen können

[Q12]

6.2.5 Langfristige zeitliche Orientierung

6.2.5.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe langfristige zeitliche Orientierung: 60-100	• Verwendung von Symbolen mit historischem Bezug • Betonung von Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein [Q10],[Q11]
Hohe langfristige zeitliche Orientierung: 40-60	• Mischung aus traditionellen und modernen Gestaltungselementen • Traditionelle Darstellungen in aktualisiertem Design
Hohe langfristige zeitliche Orientierung: 00-40	• Moderne Ästhetik • Design verbunden mit klarem Nutzen [Q10],[Q11]

6.2.6 Genuss gegen Zurückhaltung

6.2.6.1 Oberflächengestaltung

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Genuss-Orientierung: 60-100	• Auffälliges Design, Animationen, Grafiken • Viele Farben • Personalisierbarkeit • Gamification [Q10],[Q11]
Mittlere Genuss-Orientierung: 40-60	• Weniger auffällig • Nutzung von Animationen und Grafiken nur gezielt nutzen • Gleichgewicht aus Design und Funktion
Niedrige Genuss-Orientierung: 00-40	• Sparsame Verwendung von Farben • Klare Beschriftung • Funktion wichtiger als Design • Einfache Übersichtlichkeit [Q10],[Q11]

6.2.6.2 Performanz und Typografie

Ausprägung der Dimension	Empfehlung zur Gestaltung
Hohe Genuss-Orientierung: 60-100	• Informelle Sprache • Geschwungene Schriftarten [Q10],[Q11]
Mittlere Genuss-Orientierung: 40-60	• Eher neutrale Sprache • Geschwungene Schriftarten
Niedrige Genuss-Orientierung: 00-40	• Formelle Sprache • Klare beziehungsweise geradlinige Schriftarten [Q10],[Q11]

7 Hofstede Dimensionen in Deutschland

Die Zahlen für Deutschland sind relativ leicht zu finden und zu bewerten, da auch Deutschland zu den von Hofstede selbst untersuchten Ländern gehört. Die Zahlen stammen also aus Umfragen und sollten dementsprechend ein relativ genaues Ergebnis liefern.

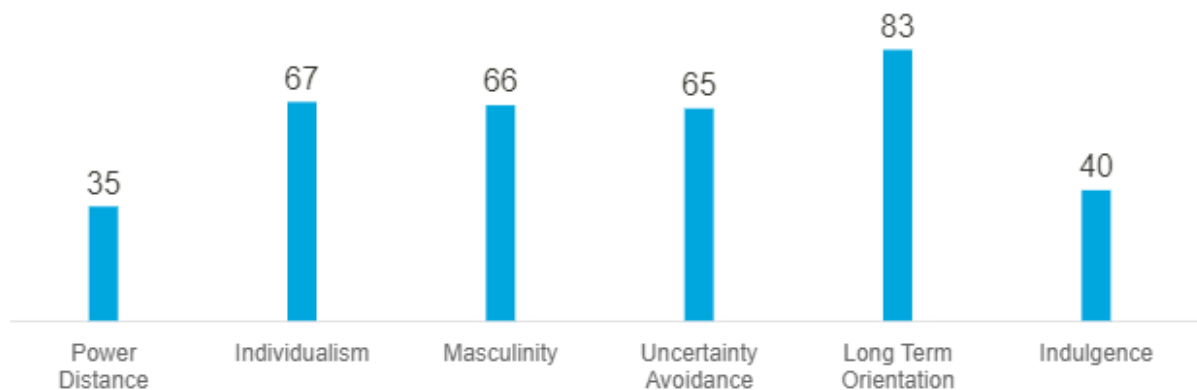


Abbildung 1: Hofstede Dimensionen Score Deutschland

7.1 Machtdistanz in Deutschland

Der Wert für die Machtdistanz in Deutschland beträgt 35. Dieser Wert ist offensichtlich niedrig, was anteilig an der dezentralisierten Regierung und der starken Mittelschicht liegt. Mitbestimmungsrecht ist ein zentraler Bestandteil und wird gesetzlich geschützt. Führungspositionen müssen eine bestimmte Kompetenz nachweisen und eine Kommunikation findet meist auf einer zumindest ansatzweise gleichen Ebene statt. [Q13],[Q14]

7.2 Individualismus in Deutschland

Der Wert für den Individualismus in Deutschland beträgt 67. Damit ist deutsche Gesellschaft sehr individualistisch geprägt. Grund dafür sind zum Beispiel die vergleichsweise kleinen Familien in denen der Fokus stark auf den engsten Verwandten liegt. Auch die Selbstverwirklichung hat in Deutschland jeder selbst in der Hand und wird deshalb auch angestrebt. Ebenfalls sind Pflichtgefühl und Eigenverantwortung ein wichtiger Bestandteil dieser Kultur. [Q13],[Q14]

7.3 Maskulinität in Deutschland

Der Wert für die Maskulinität in Deutschland beträgt 66. Auf Grund dieser Bewertung gilt Deutschland als eher maskuline Gesellschaft. Leistung ist ein wichtiger Faktor. Beleg dafür ist zum Beispiel das Schulsystem in dem nach dem vierten Schuljahr auf Basis der Leistungen der weitere Bildungsweg bestimmt wird. Deutschland ist zudem bekannt als ein Land der Arbeiter. Auch Statussymbole spielen eine wesentliche Rolle und werden geschätzt. [Q13],[Q14]

7.4 Vermeidung von Unsicherheit

Der Wert für die Vermeidung von Unsicherheit in Deutschland beträgt 65. Ein Beispiel für diesen hohen Wert ist die aufwändige Bürokratie in Deutschland. Beinahe alles braucht einen oder mehrere Anträge um Fehler zu minimieren. Im Zusammenhang mit der niedrigen Machtdistanz lassen sich Verantwortungen eher schwer auf Autoritäten übertragen, weshalb das Vertrauen oft in Fachkompetenz gelegt wird. [Q13],[Q14]

7.5 Langfristige zeitliche Orientierung in Deutschland

Der Wert für die langfristige zeitliche Orientierung in Deutschland beträgt 83. Dieser sehr hohe Wert beruht zum einen auf der allgegenwertigen Geschichte Deutschlands und den damit verbundenen negativen Einflüssen auf die Weltgeschichte, aber auch den zahlreichen und weiter geführten Traditionen. Zum anderen herrscht eine ausgeprägte Orientierung in die Zukunft, was durch eine Neigung zum Sparen, Investieren und Planen belegt wird. [Q13],[Q14]

7.6 Genuss gegen Zurückhaltung in Deutschland

Der Wert für die Genuss-Orientierung in Deutschland beträgt 40. Die deutsche Gesellschaft ist dementsprechend eher zurückhaltend. Die Arbeit steht, wie bereits festgestellt, im Vordergrund. Der eigene Genuss wird dementsprechend vernachlässigt. Soziale Normen halten die Menschen zusätzlich davon ab das Vergnügen in den Vordergrund zu stellen. [Q13],[Q14]

8 Prototyp

Um die Befunde aus dem erstellten Mapping und der Analyse der Dimensionen in Deutschland beispielhaft anzuwenden, dient die mobile Anwendung „Nils2Go“. Diese App dient dazu so genannte Critical Incidents in einer mobilen Anwendung zur Verfügung zu stellen. Diese CI's können auf einer Internetseite von jedem erstellt werden und sind kurze Erzählungen über interkulturelle Begegnungen. Die mobile Anwendung ist dabei relativ simpel gehalten. Es lassen sich die Erzählungen und dazugehörige Daten anzeigen. Zusätzlich gibt einige Einstellungen, Informationen zur Applikation, Datenschutzinformationen und einen Bereich um das eigene Profil auszufüllen. Über die Einstellungen lassen sich die angezeigten Ergebnisse, mit Hilfe des Profils, personalisieren. Zur Analyse der Nutzbarkeit des Mappings wurden zwei Prototypen erstellt. Beide wurden in Android Studio erstellt. [Q15],[Q16]

8.1 Prototyp nach Hofstedes Dimensionen

Der erste Prototyp der erstellt wurde entspricht weitestgehend den Befunden aus den vorhergehenden Abschnitten. Bei dem Prototypen handelt es sich jedoch ausschließlich um ein Mock-Up, weshalb es keine relevanten Funktionalitäten und zum Teil nur beispielhafte Inhalte gibt.

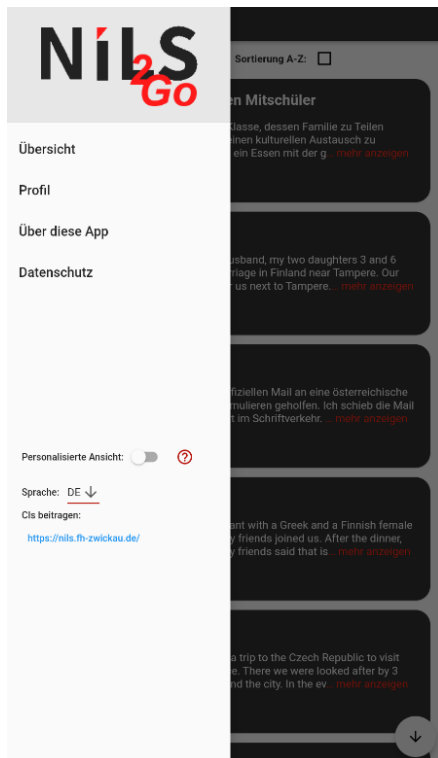


Abbildung 2: Nils2Go Navigationsmenü

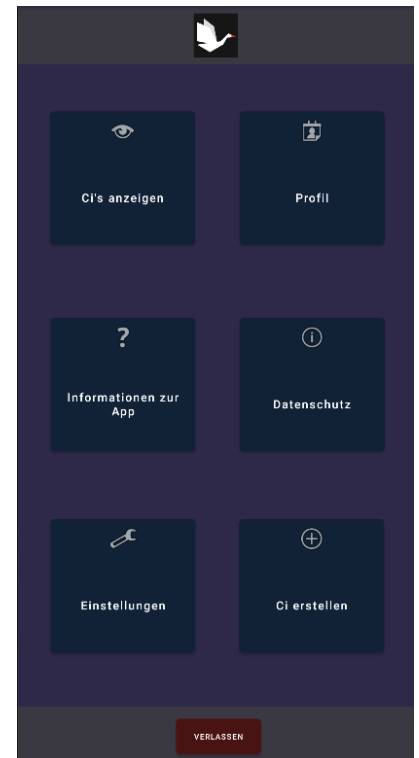


Abbildung 3: Prototyp 1
Navigationsmenü

Der erste große Unterschied ist der grundlegende Aufbau der App. In der ursprünglichen Variante sieht man zuerst die Ci's und es gibt eine Schaltfläche in der oberen linken Ecke, die ein Navigationsmenü auf der linken Seite öffnet. Die Farben belaufen sich dabei auf Weiß, Rot und Dunkelgrau, was im Corporate Design begründet ist. [Q15],[Q16] Der Prototyp hingegen ist in Grau- und Blautönen gehalten, was dem Maskulinitätsindex für Deutschland entsprechen soll und sich in der gesamten App wiederfindet. Statt des vertikalen Navigationsmenüs gibt es hier symmetrisch verteilte Kacheln, die die entsprechenden Bereiche der App öffnen. Grund dafür ist die festgestellte Machtdistanz und die damit verbundene Vermeidung von Hierarchien und vertikalen Gliederungen. Auch die Vermeidung von Unsicherheiten wurde beachtet, indem neben den Symbolen auch klare Beschriftungen zu finden sind, um Missverständnissen vorzubeugen. Generell gibt es keine Elemente, die ausschließlich dem Design dienen.

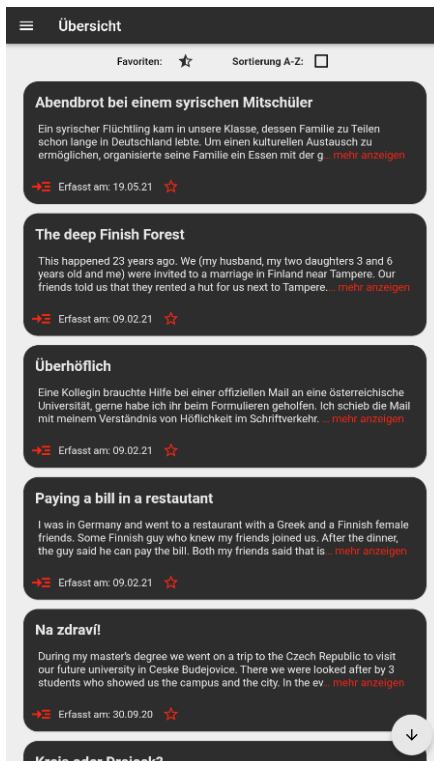


Abbildung 4: Nils2Go CI's



Abbildung 5: Prototyp 1 CI's

Die wahrscheinlich wichtigste Seite der App ist die Anzeige für die CI's, auch hier wurde für den Prototypen eine horizontale statt der ursprünglichen vertikalen Gliederung gewählt. Beibehalten wurde die Darstellung der CI's in einzelnen Karten, von denen die nicht auf dem Bildschirm befindlichen durch scrollen erreichbar sind. Jedoch haben die Karten härtere Ecken und damit eine klarere geometrische Form, auch die Symmetrie wurde so weit wie möglich genutzt. Die sternförmigen Schaltflächen zum Markieren von Favoriten ist ähnlich geblieben, nur die Größe und Farbe wurde angepasst. [Q15],[Q16]

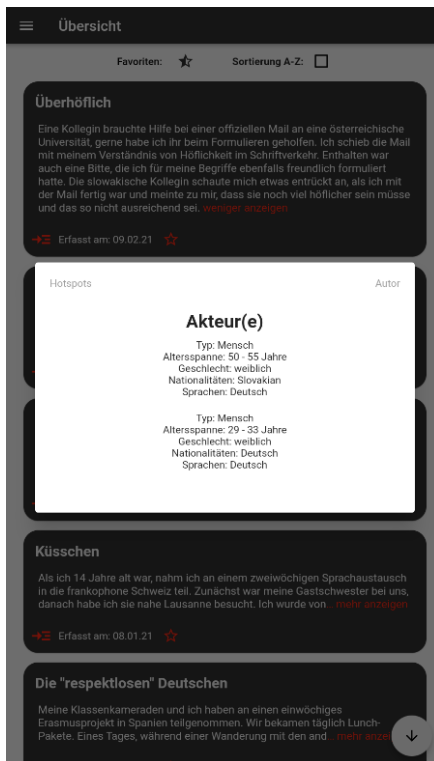


Abbildung 6: Nils2Go CI-Details

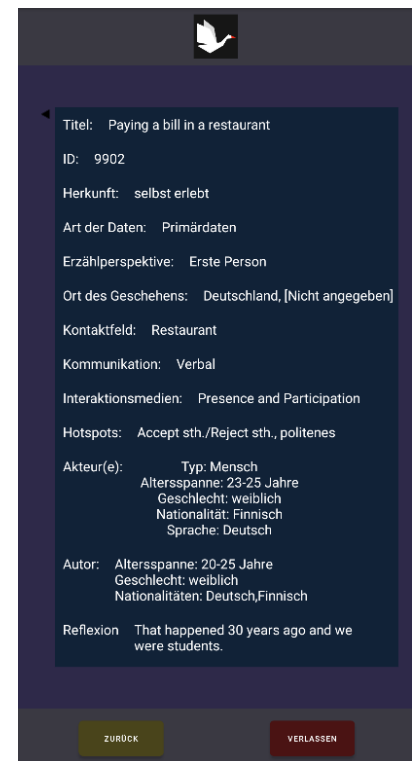


Abbildung 7: Prototyp 1 CI Details

Ein größerer Unterschied ist die Detailansicht der CI's. In der aktuellen Anwendung ist diese über eine nicht sonderlich eindeutige Schaltfläche zu erreichen. Es öffnet sich ein zusätzliches Fenster in dem durch Wischen mit dem Finger navigiert werden kann. [Q15],[Q16] Im Prototypen gibt es diese Schaltfläche nicht. Stattdessen öffnet der hervorgehobene Text „Vollständig anzeigen“ den gesamten Text und durch ein Wischen nach links werden die gesamten Details angezeigt.

Profil

Demographische Daten:

Alter: [Nicht angegeben]
Geschlecht: [Nicht angegeben]
Länder: [Nicht angegeben]
Sprachen: [Nicht angegeben]
Ort / Region: [Nicht angegeben]

Interessen:

Stichworte: [Nicht angegeben]
Themen: Natur

Alle Infos über mich löschen

Abbildung 8: Nils2Go Profil

Persönliche demographische Daten

Alter:

Geschlecht:

Länder:

Sprachen:

Ort / Region:

Interessen

Stichworte:

Themen:

ALLE DATEN LÖSCHEN

ZURÜCK VERLASSEN

Abbildung 9: Prototyp 1 Profil

Die Seite zum Bearbeiten des Profils hat sich in der Struktur kaum geändert. Die Felder lassen sich im Prototypen einzeln bearbeiten. Statt des roten Stift-Symbols kann die entsprechende Zeile direkt angetippt werden. Entfallen ist dabei das Symbol in der linken oberen Ecke, da es keine Funktion hat. [Q15],[Q16] Das Zahnrad-Symbol, was zu Einstellungen für die Personalisierung führt, ist nicht mehr vorhanden. Die erwähnten Einstellungen befinden sich stattdessen bei den restlichen Einstellungen.

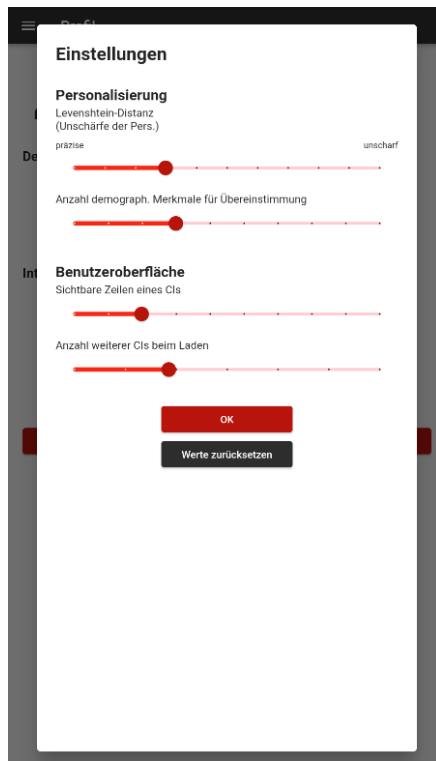


Abbildung 10: Nils2Go Einstellungen

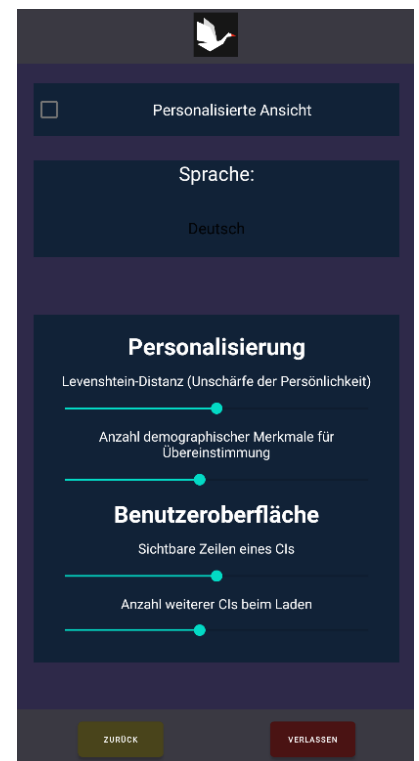


Abbildung 11: Prototyp 1 Einstellungen

Statt einem Fenster, welches sich im Profil öffnen lässt, hat der Prototyp eine komplett eigene Seite, die über das Hauptmenü erreicht werden kann. Hier befinden sich nicht nur die Einstellungen für die Personalisierung, sondern auch die Einstellung für die Sprache und die personalisierte Ansicht. Letztere beide sind eigentlich im Navigationsmenü auf der linken Seite zu finden. Diese Änderung lässt sich mit den Werten für die Vermeidung von Unsicherheit und Genuss gegen Zurückhaltung begründen. [Q15],[Q16]

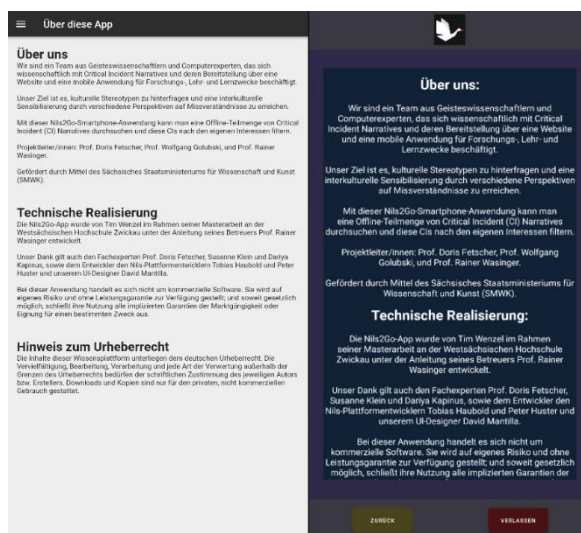


Abbildung 12: Nils2Go/Prototyp 1 Über diese App

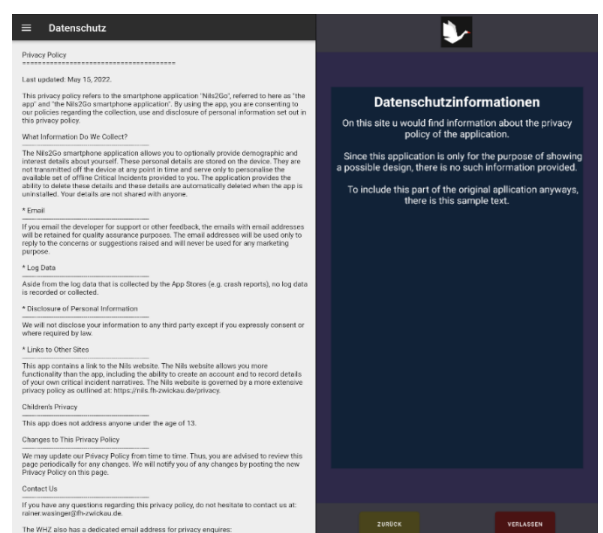


Abbildung 13: Nils2Go/Prototyp 1 Datenschutz

Die Seiten mit den Informationen zur App und die Datenschutzinformationen sind sehr ähnlich. Die Textgröße wurde für eine bessere Lesbarkeit angepasst, weshalb man bei beiden Seiten im Prototypen scrollen kann um den gesamten Inhalt zu lesen. Für die Datenschutzinformationen existiert bisher nur ein Beispieltext, da diese für einen Prototypen nicht relevant sind. Der Text hingegen, der die App und die Hintergründe beschreibt, ist durchaus relevant, da im erstellten Mapping auch der Sprachgebrauch ein Gestaltungspunkt ist. Dieser Text wurde jedoch nicht verändert, da er diese Anforderungen bereits erfüllt.

Zu den generellen Änderungen lässt sich noch sagen, dass es auf jeder Seite zwei Schaltflächen gibt, die das Beenden der App, sowie das wechseln zur letzten Seite vereinfachen. Über das Logo am oberen Rand lässt sich ebenfalls das Hauptmenü der App erreichen. Das Farbschema zieht sich durch die gesamte Anwendung und alle Inhalte sind farblich vom Hintergrund abgehoben. Die Dimension des Individualismus wurde in Form der sich abhebenden Farben und der Vermeidung von Gruppendarstellungen umgesetzt. Der Grundsätzliche Sinn der App kann als Unterstützung zur eigenen Entwicklung interpretiert werden. Der Sprachgebrauch lässt sich aber vor allem in den von Nutzern geschriebenen Geschichten nicht anpassen. Bei der gewählten Anwendung war die Einbindung der langfristigen zeitlichen Orientierung nicht möglich.

8.2 Prototyp in Verbindung mit dem Corporate Design

Jede Organisation oder Firma hat seine eigenen Designs und Designrichtlinien. Anwendungen haben dementsprechend meist ein Corporate Design, welches die Organisation und die Anwendung definiert. Dementsprechend sollten insbesondere die verwendeten Farben auch bei Änderungen erhalten bleiben. Aus diesem Grund wurde im Sinne dieser Arbeit ein zweiter Prototyp angelegt, welcher das Corporate Design beibehält. [Q15],[Q16]

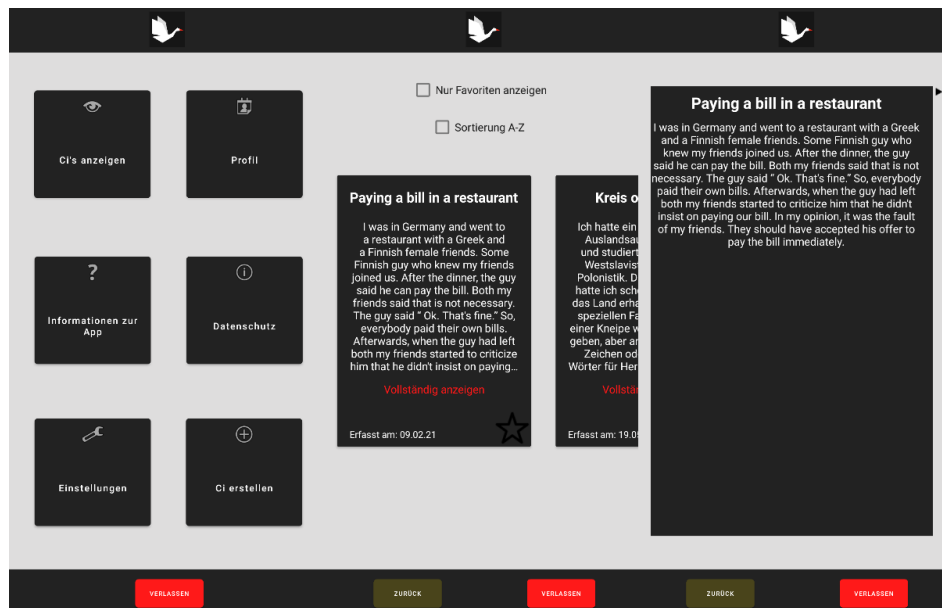


Abbildung 14: Prototyp 2 Beispielbilder

Einige Beispiele für die Anpassungen befinden sich in Abbildung 14. Das grundlegende Design wurde beibehalten und die Farben aus dem aktuellen Design übernommen.

9 Diskussion und Ausblick

9.1 Diskussion der Ergebnisse

Die Ergebnisse dieser Arbeit sind zunächst ausschließlich theoretisch. Ob die neu erstellten Prototypen „besser“ sind als das aktuelle Design der Nils2Go-App würde sich nur mit einer Umfrage mit vielen Teilnehmern, die aus möglichst vielen Teilen des deutschen Kulturraumes kommen.

Des weiteren ist es unwahrscheinlich, dass eine Organisation oder ähnliches ihr bewährtes Design komplett ersetzt. Diese Corporate Designs sind meist wohl durchdacht und werden im Normalfall von Fachleuten erstellt. Sie spiegeln die Identität der jeweiligen Organisation oder Anwendung wider und haben damit einen wertvollen Wiedererkennungswert. Für Entwickler oder Designer, die jedoch noch kein solches Corporate Design kann das entstandene Mapping trotzdem einen sinnvollen Ansatz liefern. Ein neu erstelltes Design sollte so in der Lage sein zumindest den Durchschnitt eines Kulturkreises ansprechen.

Die Kulturdimensionen nach Hofstede sind jedoch auch nicht frei von Kritik. Es ist fraglich, ob die Dimensionen in der heutigen Zeit noch sinnvoll einsetzbar sind. Vor allem Industrieländer wie Deutschland haben extrem vielfältige und multikulturelle Gesellschaften. Natürlich lässt sich ein so komplexer Begriff wie Kultur nicht zu hundert Prozent quantifizieren. Die Nutzbarkeit wäre allerdings für kleinere Kulturkreise deutlich genauer, da die Dimensionen einen Durchschnitt wiedergeben und dieser bei einer kleineren Gruppe genauer ist.

Es lässt sich also sagen, dass der von dieser Arbeit untersuchte Ansatz nur eingeschränkt nutzen lässt. Für ein von Grund auf neu gestaltetes Design, welches für einen Bestimmten Nutzerkreis gedacht ist kann das Mapping durchaus sinnvoll sein. Allerdings wird kaum eine Organisation ihr bewährtes Design vollständig abändern um theoretischen Befunden zu entsprechen. Anpassungen sind jedoch nicht vollständig ausgeschlossen und können sich auch als sinnvoll erweisen.

9.1 Ausblick

Diese Arbeit lässt natürlich noch Möglichkeiten zur Fortsetzung. Wie bereits erwähnt wird das Forschungsthema nur theoretisch behandelt. Eine empirische Erhebung von ausreichen vielen Daten zur Bestätigung der Befunde wäre für den gegebenen Zeitrahmen nicht möglich gewesen. Mit einer entsprechend ausführlichen Umfrage ließen sich Befunde bestätigen oder entsprechend widerlegen. Zudem wäre es möglich eventuelle Anpassungen am Mapping vorzunehmen, dieses zu erweitern oder völlig neu zu gestalten.

Auch die Mockups könnten noch mit mehr Funktionalität versehen werden, damit sie vollwertige Prototypen sind. Mit diesen würden sich dann auch Nutzertests durchführen lassen. Daraus wiederum könnte man neue Schlüsse ziehen wie sich die Themen UI und Kultur noch besser verbinden lassen. Auch das Gestalten neuer Prototypen wäre nicht ausgeschlossen, da das entstandene Mapping Handlungsspielraum erlaubt.

Quellenverzeichnis

[Q1]

Heimgärtner, R. (2017). *Interkulturelles User Interface Design: Von der Idee zum erfolgreichen Produkt*, Springer-Verlag GmbH Deutschland.

[Q2]

Chymus, K., Liu, H., Frommholz, I. (2022). *A Study of Search User Interface Design based on Hofstede's Six Cultural Dimensions*, Scitepress Digital Library.

[Q3]

Schmitz, L. (2015). *Nationalkultur versus Berufskultur: Eine Kritik der Kulturtheorie und Methodik Hofstedes*, transcript Verlag.

[Q4]

Minkov, M., Hofstede, G., Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and organizations : Software of the mind*, McGraw Hill LLC

[Q5]

Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*, Online Readings in Psychology and Culture, Unit 2. Retrieved from <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8>

[Q6]

Hofstede, G. via <https://geerthofstede.com>: <https://geerthofstede.com/culture-geert-hofstede-gert-jan-hofstede/6d-model-of-national-culture/>

Zuletzt aufgerufen: 07.03.2023 um 14.00Uhr

[Q7]

Seydewitz, J. (2009). *Kommunikation und Lernen im interkulturellen Kontext*, Hamburger Arbeiten zur Allgemeinen Erziehungswissenschaft Nr. 3.

[Q8]

Helfrich, H. (2013). *Kulturvergleichende Psychologie*, Springer Fachmedien.

[Q9]

Trompenaars F. (2004). *Managing People Across Cultures* von, Wiley & Sons Verlag

[Q10]

Liu, F. (2021). *Modify Your Design for Global Audiences: Crosscultural UX Design*, Retrieved from <https://www.nngroup.com/articles/crosscultural-design/>

[Q11]

Leavitt, M. O., Shneiderman, B. (2006). *Research-based Web Design & Usability Guidelines*, U.S. Department of Health and Human Services.

[Q12]

Cook, J., Finlayson, M. (2005). *The impact of cultural diversity on web site design*, RIT Scholar Works.

[Q13]

HOFSTEDE INSIGHTS (2022) via <https://www.hofstede-insights.com>:
<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany/>

Zuletzt aufgerufen: 07.03.2023 um 14.00Uhr

[Q14]

Hofstede, G. via <https://geerthofstede.com>: <https://geerthofstede.com/country-comparison-graphs/>

Zuletzt aufgerufen: 07.03.2023 um 14.00Uhr

[Q15]

Wenzel, T., Fetscher, D., Golubski, W., Klein, S., and Wasinger, R. (2022). *Providing Personalised Recommendations of Critical Incident Narratives in a Cross-platform Mobile Application*. In Proc. of the 6th International Conference on Computer-Human Interaction Research and Applications (CHIRA), pp. 137-144. ScitePress.

[Q16]

Fetscher, D. and Klein, S. (2020). *Wissensplattform für Critical Incidents und interkulturelle Erfahrungen [Knowledge Platform for Critical Incidents and Intercultural*

Experiences]. In Enjeux et défis du numérique pour l'enseignement universitaire, pages 79–92. Peter Lang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Hofstede Dimensionen Score Deutschland	26
Abbildung 3: Nils2Go Navigationsmenü	29
Abbildung 3: Prototyp 1 Navigationsmenü	29
Abbildung 4: Nils2Go CI's	30
Abbildung 5: Prototyp 1 CI's.....	30
Abbildung 6: Nils2Go CI-Details	31
Abbildung 7: Prototyp 1 CI Details	31
Abbildung 8: Nils2Go Profil	32
Abbildung 9: Prototyp 1 Profil.....	32
Abbildung 10: Nils2Go Einstellungen	33
Abbildung 11: Prototyp 1 Einstellungen	33
Abbildung 12: Nils2Go/Prototyp 1 Über diese App	33
Abbildung 13: Nils2Go/Prototyp 1 Datenschutz	33
Abbildung 14: Prototyp 2 Beispielbilder	34

Danksagung

Ein besonderer Dank gilt den Entwicklern und Gestaltern der Nils2Go-App (Tim Wenzel, Tobias Haubold, Wolfgang Görs, Peter Huster, und Dariya Kapinus) und dem verantwortlichen Grafikdesigner (David Mantilla). Ein weiterer besonderer Dank gilt dem Betreuer dieser Arbeit (Prof. Rainer Wasinger).

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt, nicht anderweitig zu Prüfungszwecken vorgelegt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Sämtliche wesentlich verwendete Textausschnitte, Zitate oder Inhalte anderer Verfasser wurden ausdrücklich als solche gekennzeichnet.

Thorben Möller
Lauter-Bernsbach, 9.3.2023

