

Daniel Thiemann (Hrsg.)

Auf dem Weg ins „New Normal“ – Wirtschaftspsychologische Gestaltungsansätze für eine moderne Arbeitswelt

Abstracts zur 27. Fachtagung der Gesellschaft für
angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)

GWPs
Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie e.V.



Daniel Thiemann (Hrsg.)

Auf dem Weg ins „New Normal“ – Wirtschaftspsychologische Gestaltungsansätze für eine moderne Arbeitswelt

Abstracts zur 27. Fachtagung der Gesellschaft für
angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)



PABST SCIENCE PUBLISHERS
Lengerich/Westfalen

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Geschützte Warennamen (Warenzeichen) werden nicht besonders kenntlich gemacht. Aus dem Fehlen eines solchen Hinweises kann also nicht geschlossen werden, dass es sich um einen freien Warennamen handelt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Herausgeber:

Prof. Dr. Daniel Thiemann

Professor und Studiengangsleiter für Wirtschaftspsychologie

International School of Management (ISM)

✉ daniel.thiemann@ism.de



© 2024 Pabst Science Publishers · D-49525 Lengerich/Westfalen

🌐 www.pabst-publishers.com

✉ pabst@pabst-publishers.com

Cover: Foto von Gerd Altmann auf Pixabay

eBook: ISBN 978-3-95853-900-6

Inhalt

Geleitwort des Präsidenten der GWPs	4
Vorwort des Herausgebers	5
Keynotes	6
Vorträge (in alphabetischer Sortierung gemäß Erstautor*in)	7
Poster (in alphabetischer Sortierung gemäß Erstautor*in)	69

Geleitwort des Präsidenten der GWPs

Prof. Dr. Christian Dries

Es ist mir eine große Freude, Sie herzlich zu der diesjährigen Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs) begrüßen zu dürfen. Als Präsident und im Namen des gesamten Präsidiums der GWPs möchte ich zunächst ein großes Dankeschön an Herrn Prof. Dr. Daniel Thiemann aussprechen, der die Tagungsausrichtung in Köln mit großem Engagement organisiert und möglich gemacht hat.

Als Highlight eines jeden GWPs-Jahres bietet uns die Fachtagung die Möglichkeit, als Gemeinschaft von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Praktikerinnen und Praktiker sowie Studierende zusammenzubringen, um die neuesten Entwicklungen und Erkenntnisse im Bereich der Wirtschaftspsychologie zu teilen.

Das diesjährige Leitthema, Auf dem Weg ins „New Normal“ – Wirtschaftspsychologische Gestaltungsansätze für eine moderne Arbeitswelt, reflektiert die sich stetig wandelnde Landschaft der Wirtschaftspsychologie und ihre Auswirkungen auf das menschliche Verhalten in organisationalen Kontexten. So ist es von hoher Bedeutung, sich den Herausforderungen anzupassen, die die jüngsten globalen Ereignisse mit sich gebracht haben. Ereignisse, wie die Pandemie und Kriege, haben nicht nur die Art und Weise verändert, wie wir arbeiten, sondern auch unsere grundlegenden Annahmen darüber, was als normal betrachtet wird. So stehen wir stetig vor neuen Herausforderungen, die eine rasche Anpassung erfordern.

Die Wirtschaftspsychologie spielt eine entscheidende Rolle dabei, die psychologischen Aspekte dieses New Normal zu verstehen und Strategien zu entwickeln, um Individuen und Organisationen dabei zu unterstützen, erfolgreich zu navigieren. Die Integration von psychologischem Wissen in wirtschaftliche Entscheidungen und Prozesse wird immer wichtiger, um Resilienz zu fördern und eine nachhaltige Entwicklung zu gewährleisten.

Die Beiträge in diesem Abstractband spiegeln die Vielfalt und die Tiefe der angewandten Forschung und Lehre in der Wirtschaftspsychologie wider. Von psychologischen Aspekten des Führungsverhaltens bis hin zu Strategien für die Förderung von Mitarbeiterengagement in Zeiten des Wandels – die Tagung bietet eine Plattform für den Austausch von Wissen und Ideen, die uns dabei helfen werden, die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen.

Ich freue mich auf anregende Diskussionen, innovative Erkenntnisse und eine inspirierende Tagung, welche uns dabei unterstützt, die psychologischen Dimensionen des New Normal besser zu verstehen und erfolgreich zu gestalten.

Herzlich willkommen zur Fachtagung für Wirtschaftspsychologie 2024!

Ihr

Prof. Dr. Christian Dries

Präsident der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie e.V.

Vorwort des Herausgebers

Prof. Dr. Daniel Thiemann

Auch in diesem Jahr freue ich mich bei der 27. Fachtagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs) auf einen ganz besonders: den intensiven, zugleich wertschätzenden gemeinsamen Austausch. Vom 22.-24.02.2024 finden in Köln Wissenschaftler*innen, Praktiker*innen und Studierende aus ganz Deutschland zusammen, um über aktuelle Themen und Trends der Arbeitswelt zu diskutieren und wirtschaftspsychologische Gestaltungsansätze zu entwickeln.

Bereits seit vielen Jahren wird die zunehmende Geschwindigkeit und Komplexität der Veränderungen in der Arbeitswelt thematisiert (Stichwort: „*VUCA-Welt*“). Dennoch scheint die aktuelle Zeit besonders hervorstechen. Die COVID-19-Pandemie hat nicht nur die Art und Weise verändert, wie wir arbeiten, sondern auch grundlegende Fragen zur Gesundheit, Sicherheit und Flexibilität am Arbeitsplatz aufgeworfen. Der digitale Fortschritt und der Wertewandel treibt Unternehmen dazu, ihre Prozesse zu überdenken und sich auf neue, z.T. virtuelle Arbeitsmodelle einzustellen. Die Ausgestaltung neuer Formen der Zusammenarbeit ist jedoch komplex und von Fallstricken geprägt.

Neben diesen internen Umbrüchen steht die Arbeitswelt auch externen Herausforderungen gegenüber. Der Krieg in der Ukraine und geopolitische Spannungen hinterlassen nicht nur innen- und außenpolitische Spuren, sondern haben auch direkte Auswirkungen auf die globale Wirtschaft. Unternehmen müssen sich mit einer zunehmend instabilen internationalen Lage auseinandersetzen und Risiken für ihre Lieferketten sowie ihre Mitarbeiter im In- und Ausland abwägen. Gleichzeitig gewinnen soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung.

Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert nicht nur technologische Lösungen, sondern auch ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse und Anliegen der Menschen, die das Rückgrat jeder Organisation bilden. Daher möchte ich mich auf der diesjährigen Tagung mit Ihnen der Kernfrage widmen, wie der Umgang mit dieser „neuen Normalität“ gelingen kann: „Auf dem Weg ins *New Normal* – Wirtschaftspsychologische Gestaltungsansätze für eine moderne Arbeitswelt“.

Ich bin davon überzeugt, dass es wichtiger denn je ist, sich im respektvollen Dialog gemeinsam zu begegnen, um Lösungsansätze für diese komplexen Herausforderungen der heutigen Arbeitswelt zu finden. Nach Durchsicht aller in diesem Tagungsband enthaltenen Beiträge freue ich mich darauf, dass die diesjährige Tagung einen wertvollen Beitrag dazu leistet, die wichtige wirtschaftspsychologische Perspektive auf die Gestaltung des *New Normal* voranzubringen. Neben Erkenntnissen aus der Arbeits- & Organisationspsychologie finden sich spannende Beiträge aus der Konsumenten- & Markenpsychologie zur Reflexion über verändertes Konsumentenverhalten. Weiterhin werden neue Lehr- und Lernformate aus dem Bereich der Medienpsychologie vorgestellt.

Ich möchte allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihr Engagement und ihre Beiträge danken und freue mich auf inspirierende Diskussionen und Erkenntnisse während dieser spannenden Tagung. Darüber hinaus wünsche ich Ihnen anregende Denkanstöße bei der Lektüre dieses Tagungsbandes.

Ihr

Prof. Dr. Daniel Thiemann

Konferenzleiter der 27. Tagung der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs)

Keynotes

Prof. Dr. Walter Jochmann

New Normal in der Arbeitswelt – Trends und Herausforderungen in den Unternehmen

Die Corona-Krise hat die Arbeitswelt verändert – virtuelles Arbeiten mit digitalen Tools, Prozess- und Resultatsfokus, Remote Leadership und Arbeitszeit-Flexibilität wären ohne das Präsenzverbot trotz genereller Attraktivität niemals in einem derartigen Umsetzungstempo Realität in den Unternehmen geworden. Um Vor- und Nachteile eines mit substantiellem Remote-Anteil geprägten Arbeitslebens wird seither diskutiert und geforscht. Dass Unternehmen sich noch nicht in einem dauerhaften Lösungsraum wahren, zeigen erhitzte Diskussion um die Verstärkung von Präsenz, von Performance Management und von Kultur- und Teamentwicklung. Zudem sind aktuell 50% der Jobrollen in Deutschland funktional präsenzgebunden und somit formal in den Flexibilisierungsgraden benachteiligt, was eine Diskussion um Benachteiligung mit entsprechender Aufmerksamkeit der betrieblichen Mitbestimmung führt.

Die Keynote beleuchtet im Kontext dessen folgende Facetten:

- Situationsbeschreibung – Präsenz, Worktools, Performance und Leadership
- Balance und Ambivalenz im flexiblen Arbeitsmodus
- Impact Arbeitgeber-Attraktivität und Retention Management

Walter Jochmann ist nach einem psychologischen Studium und berufsbegleitender Promotion geprägt von einer Karriere im Management Consulting. Neben der intensiven Kenntnis des Innenlebens in Konzernen, Verwaltungen und großen Familienunternehmen verantwortet er bei Kienbaum wesentliche Innovationsprozesse und die Leitung des Kienbaum Instituts/gemeinsames Forschungs- und Designunternehmen mit der ISM.

Dr. Nico Rose

Was wird aus meinem „Baby“? Über Trauer in der Transformation

Wenn Menschen jemanden (oder etwas) verlieren, ist das Empfinden von Trauer eine der natürlichen Reaktionen. Das gilt auch, wenn Menschen in Organisationen etwas genommen wird, beispielsweise als Teil eines Veränderungsprozesses. Allerdings werden diese alltäglichen Trauerreaktionen von Unternehmen bzw. ihren Führungskräften bislang kaum beachtet, sie passen nicht in den „Duktus“ der meisten Organisationen. Dieser Vortrag beleuchtet Trauerreaktionen als Teil von Change-Prozessen und zeigt auf, wie Unternehmen diese auf eine positive Weise katalysieren können.

Nico Rose ist promovierter Diplom-Psychologe mit langjähriger Erfahrung als Führungskraft in internationalen Konzernen sowie als Coach und ein führender Experte für Positive Psychologie. Er hält Keynotes an der Schnittstelle von Führung, Sinnerleben und Unternehmenserfolg.

Vorträge (in alphabetischer Sortierung gemäß Erstautor*in)

The role of person-job fit in employees mental health: The mediating role of work satisfaction and work–life conflict.

Theory and research suggest that person-job fit is a promising factor that improves individuals' mental health (Edwards 2008). However, more research is needed to understand the underlying mechanisms for this relationship and, at the same time, explicitly consider the multidimensionality of person-job (PJ) fit. Drawing from the conservation of resources perspective (Hobfoll 2002, 1989; Wheeler et al. 2012), this study investigates how different forms of person-job fit (need-supply (NS) fit and demands-abilities (DA) fit), indirectly contribute to employees' mental health by preventing employees from entering a resource loss process and facilitating a resource accumulation process. Specifically, DA fit and NS fit may boost employees' mental health by increasing their work satisfaction as an indicator of resource gain and by helping employees avoid or reduce resource losses as a function of work-life conflict (i.e., the extent to which work negatively influences one's private life). Finally, a chainlike gain process is proposed from both person-job fit dimensions through decreased work-life conflict via work satisfaction to individuals' mental health. Results of structural equation modelling analysis using data obtained from 1604 employees of a German insurance organization showed that only NS fit, but not DA fit, was positively associated with mental health via the proposed indirect relationships. By taking a resource perspective and a multidimensional approach to PJ fit, this research uncovers which PJ fit facet is most salient for employees' mental health and advances our understanding of the mechanisms underlying this relationship. Findings hint at interventions towards maintaining NS fit perceptions and its stronger consideration during the recruitment and selection process.

Literatur

- Edwards, Jeffrey R. (2008): 4 Person–Environment Fit in Organizations: An Assessment of Theoretical Progress. In: *The Academy of Management Annals* 2(1), S.167–230. DOI: 10.1080/19416520802211503.
- Hobfoll, Stevan E. (1989): Conservation of resources. A new attempt at conceptualizing stress. In: *The American psychologist* 44 (3), S. 513–524. DOI: 10.1037/0003-066X.44.3.513.
- Hobfoll, Stevan E. (2002): Social and Psychological Resources and Adaptation. In: *Review of General Psychology* 6 (4), S. 307–324. DOI: 10.1037/1089-2680.6.4.307.
- Wheeler, Anthony R.; Halbesleben, Jonathon R. B.; Shanine, Kristen (2012): Exploring the Middle Range of Person-Environment Fit Theories through a Conservation of Resources Perspective. In: Amy L. Kristof-Brown und Jon Billsberry (Hg.): *Organizational Fit*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd, S. 170–194.

Psychologische Verträge am Arbeitsplatz: Die Kraft des Unsichtbaren

Theoretischer Hintergrund: Mit der zunehmenden Komplexität der heutigen Arbeitswelt ist die Bedeutung des psychologischen Vertrags immer deutlicher geworden. Die Auswirkungen psychologischer Verträge auf die Einstellung und das Verhalten von Mitarbeitenden werden in einer wachsenden Zahl von Studien untersucht, die belegen, dass der psychologische Vertrag ein wichtiger Faktor in der Arbeitsbeziehung ist (Coyle-Shapiro et al., 2000; Raeder et al., 2009; Turnley & Feldman, 1999). Rousseau (1995, S. 9) definiert den psychologischen Vertrag als individuelle Überzeugungen über Versprechen, die zwischen zwei Parteien gemacht, akzeptiert und auf die man sich verlassen kann.

Hypothesen: Hypothese (H1) besagt, dass die Erfüllung des psychologischen Vertrags das organisationale Commitment der Mitarbeitenden positiv beeinflusst.

Die zweite Hypothese (H2) besagt, dass die Erfüllung des psychologischen Vertrags sich negativ auf die Kündigungsabsicht auswirkt.

Methodik: Es wird der Einfluss der Erfüllung psychologischer Verträge auf das organisationale Commitment und die Kündigungsabsicht von 1496 Mitarbeitenden aus der Schweiz untersucht. Es handelt sich um eine repräsentative Querschnittsbefragung der Schweizer Arbeitnehmenden.

Ergebnisse: Mit Hilfe einer hierarchischen Regressionsanalyse konnte gezeigt werden, dass die psychologische Vertragserfüllung einen positiven Einfluss auf das organisationale Commitment und einen negativen Einfluss auf die Kündigungsabsicht der Mitarbeitenden hat.

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis: Durch die Betonung der Rolle der psychologischen Vertragserfüllung für das organisationale Commitment werden wichtige Implikationen für Forschung und Praxis abgeleitet. Die heutige komplexe Arbeitswelt mit Flexibilität, Technologie und virtuelle Arbeit, Work-Life-Balance und anderen Faktoren, hervorruft unterschiedliche und neue Erwartungen und Überzeugungen, die im psychologischen Vertrag verankert sind. Deswegen muss der Arbeitgeber sicherstellen, dass der psychologische Vertrag aktiv gestaltet, regelmäßig überprüft und erfüllt wird. Erwartungen bei der Rekrutierung ansprechen und transparente Vergütungspolitik schaffen sind einige der Maßnahmen, die Arbeitgeber ergreifen können.

Literatur:

Coyle-Shapiro, J. A.-M., Jackie, & Kessler, I. (2000). Consequences Of The Psychological Contract For The Employment Relationship: A Large Scale Survey *Journal of Management Studies*, 37(7), 903–930.

Raeder, S., Wittekind, A., Inauen, A., & Grote, G. (2009). Testing a Psychological Contract Measure in a Swiss Employment Context. *Swiss Journal of Psychology*, 68(4), 177–188.

Turnley, W. H., & Feldman, D. C. (1999). A Discrepancy Model of Psychological Contract Violations. *Human Resource Management Review*, 9(3), 367–386.

Rousseau, D. M. (1995). Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements. *SAGE Publications*.

Ein Social-Media-basierter CO2-Club: Hintergrund, Ideen, Hürden

Die Tragödie der Klimakrise ist ein „Soziales Dilemma“: Hier stehen die „rationale“ Verfolgung individueller Einzelinteressen und das persönliche Handeln im Sinne gemeinschaftlicher Vernunft im Widerspruch zueinander. Dies zeigt sich in der Klimakrise konkret an unseren Konsum- oder Mobilitätsentscheidungen einerseits und dem drohenden Kollaps auf der anderen Seite. Ergebnisse aus verhaltensökonomischen und psychologischen Experimenten und Studien weisen auf einen möglichen Lösungsweg hin: adressatenfreundliche smarte Institutionen z.B. in Form von „Klimaclubs“. In der empirischen Forschung erweisen sich sowohl die Einsicht in die Struktur sozialer Dilemmata als auch die spielerische Erfahrung damit als förderlich für die Unterstützung von Institutionen zur Stabilisierung vulnerabler Win-Win-Situationen.

Es stellt sich die Frage, ob ein Web- und Social-Media basierter CO2-Club helfen könnte, eine möglichst gute Annäherung an einen individuell nachhaltigen CO2-Fußabdruck zu erreichen. Dabei können auch etablierte Motivationshilfen, etwa von Gesundheits-Apps, genutzt werden. Diese Aufgabe wurde studentischen Arbeitsgruppen vorgegeben.

Sinnvolle Bestandteile erster Prototypen werden vorgestellt. Folgende Merkmale sollte implementiert sein:

- 1) Unterstützung zur Umgehung der temporären Falle.
- 2) Unterstützung der drei Motivationssysteme Leistung, Macht und Anschluss.
- 3) Wir-Gefühl über die Mitgliedschaft im Club Der Zusammenhalt im Club kann die Basis zu politisch stärkerem Druck zur Schaffung notwendiger Institutionen sein.
- 4) Vermittlung von Kenntnissen über die Struktur des Sozialen Dilemmas in dem sich die Akteure im Hinblick auf die Klimakrise befinden.

Insbesondere die Implementierung des vierten Punkts stellte sich in den bisherigen Prototypen als besondere Aufgabe heraus. An dieser Stelle sind innovative Lösungsansätze gefragt, die über die schon in Gesundheits-Apps vorhandenen Features hinausgehen.

Literatur

Gardner, G. T. & Stern, P. C. (2002). Environmental problems and human behavior. *Pearson*.

Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. *Science*, 162, 1243-1248.

Ostrom, Elinor (1990). Governing the commons: the evolution of institutions for collective action. *Cambridge University Press*.

Rodriguez-Sickert, C. Guzmán, R. A., Cárdenas, J.C. (2008). Institutions influence preferences: Evidence from a common pool resource experiment, *Journal of Economic Behavior & Organization* 67, 215-227.

Einfluss von Teamklima auf das Glücksempfinden Flow innerhalb Sokos und Ermittlungsgruppen der Kriminalpolizei

Primärhypothese: Ein positives Teamklima innerhalb einer Sonderkommission oder Ermittlungsgruppe der Kriminalpolizei hat eine fördernde Auswirkung auf das Glücksempfinden „Flow“.

Forschungsstand: Der ungarische Psychologie Mihaly Csikszentmihalyi schuf eine breite Basis an Forschungserkenntnissen im Bereich der positiven Psychologie und insbesondere galt er als führender Forscher zu „Flow“. Flow wird als perfekte Erfahrung bezeichnet und beschreibt das Erleben in der Phase, in welcher sich eine anliegende Herausforderung und die eigenen Fähigkeiten fortlaufend im Gleichgewicht halten. Felix C. Brodbeck übersetzte das „Teamklima-Inventar“ (TKI) ins Deutsche und führte mit dem Fragebogen eigene Umfragen durch anhand derer er Teamklimata bewerten konnte. Im Bereich Sokos diente der Soko-Leitfaden von Büchler & Lohmeyer als Grundlage.

Methodik: Zur Erstellung einer eigenen Datenbasis wurde ein Fragebogen mit mehreren Bestandteilen konstruiert. Die zwei Basiselemente der Umfrage setzen sich aus dem TKI von Brodbeck und einer leicht abgewandelten Version des „work-related flow inventory“ (WOLF) von Arnold Bakker zusammen. Neben demographischen Daten wurden auch noch zwei Zusatzfragen erhoben, welche den Einfluss von Anerkennung für Lob und Leistung auf das Flow-Erlebnis ermitteln sollten. Der Fragebogen wurde an alle Kriminalpolizeidirektionen der regionalen Polizeipräsidien in Baden-Württemberg versandt. Die verwertbare Teilnehmerzahl belief sich auf 149 Personen, aufgeteilt auf 7 Präsidien.

Interpretation der Ergebnisse: Die Auswertung ergab, dass sowohl das Flow-Erlebnis als auch das Teamklima innerhalb von Sokos überdurchschnittlich gut ausfällt. Eine Korrespondenz zwischen Teamklima und Flow lässt sich ebenfalls ableiten. Das Präsidium B erzielte die niedrigsten Werte beim TKI und WOLF. Die Zusatzfragen „Anerkennung für Leistung und Erfolg“ begründeten einen positiven Einfluss von Anerkennung auf das individuelle Glücksempfinden Flow.

Fazit: Ein gutes Teamklima wirkt sich positiv auf das individuelle Flow-Erlebnis aus. Daher ist es empfehlenswert bei der Soko-Mitgliederauswahl auf die Teamzusammensetzung und das Teamklima zu achten.

Literatur

Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow Das Geheimnis des Glück (7. Aufl.). Stuttgart: J.G. Cotta'sche Buchhandlung.

Aichroth, L. S., Nuszbaum, M., & Campoy-Gómez, L. (2022). Do You Feel It? The Relationship Between the Perceived Team Climate for Innovations and the Experience of Flow and Worry. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 19(06), 2250019.

Albrecht, J & Thielgen, M.M. (2019). Vom Beruf zur Berufung – Die Passung zwischen Arbeit und Berufsinteressen, *Wirtschaftspsychologie aktuell*, 03/2019, 38-42.

**Der Effekt von Green Nudging im Kontext von Investmententscheidungen – Eine empirische
Untersuchung im Auftrag der Commerzbank AG**

Während das Interesse an nachhaltigen Geldanlagen laut Selbstauskünften aktuell steigt, spiegelt sich dies nicht entsprechend im Anlageverhalten wider. Als ein Ansatz, diese Lücke zu schließen und Anleger dazu zu bewegen, in nachhaltige Fonds zu investieren, untersucht diese Arbeit Green Nudges. Zunächst wurde eine Wettbewerbsanalyse zu 23 Banken durchgeführt, die zeigt, dass diese am häufigsten Filtermöglichkeiten und Kennzeichnungen als Green Nudges einsetzen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wurden Green Nudges konzipiert und anschließend empirisch untersucht. In einer Online-Befragung wurden 565 Privatanleger auf drei Experimentalgruppen mit jeweils einem Nudge und eine Kontrollgruppe ohne Nudge aufgeteilt. Nach der Betrachtung einer Fondsübersicht in einem prototypischen Depot verteilten die Versuchspersonen 10.000 € auf sechs Fonds. Es zeigt sich, dass Green Nudging einen signifikant positiven Einfluss auf die Nachhaltigkeit digitaler Investitionsentscheidungen hat. Die Gruppen mit Green Nudge investierten im Durchschnitt über 1000 € mehr in nachhaltige Fonds als die Kontrollgruppe. Die Oberflächen mit der Angabe eines Nachhaltigkeitsratings und die voreingestellte Sortierung der Fonds nach Nachhaltigkeitsrating als Nudges unterscheiden sich signifikant von der Kontrollgruppe, die Hervorhebung durch eine Pflanze hingegen nicht. Der positive Einfluss von Green Nudging auf den nachhaltig investierten Geldbetrag wird durch die Anlageerfahrung der Person insofern moderiert, als dass Green Nudging bei erfahreneren Anlegern eher einen Effekt zeigt. Die Ergebnisse der Studie ermöglichen die Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Commerzbank AG als Praxispartner und tragen dazu bei, die bestehende Forschungslücke zu Green Nudging in diesem Kontext weiter zu schließen. Zukünftige Studien sollten untersuchen, inwieweit der Effekt im Feld repliziert werden kann.

In kleinen Unternehmen ist Commitment wichtiger als in großen – oder doch nicht? Die Bedeutung von Replikationen in der wirtschaftspsychologischen Forschung

Theoretischer Hintergrund: Replikationen sind ein äußerst wichtiger Ansatz in der empirischen Wissenschaft, da sie die wichtige Verbindung zwischen bestehendem und neuem Wissen herstellen und damit zur Verallgemeinerung von Theorien beitragen (Schmidt, 2009). Die Bedeutung von Replikationen wird anhand von Ergebnissen einer wiederholten Gruppenanalyse eines modifizierten Modells der Kündigungsabsicht, mit den Kernelementen Arbeitszufriedenheit und organisationalen Commitment, vorgestellt.

Forschungsfrage: Wie unterscheiden sich die Ergebnisse von Querschnittsanalysen über mehrere Jahre hinweg?

Methodik: Das modifizierte Modell der Kündigungsabsicht liefert zu mehreren Erhebungszeitpunkten (2012, 2014, 2016, 2018 und 2020) valide und reliable Ergebnisse. Die Pfadkoeffizienten wurden mit verschiedenen Methoden von Multigruppenanalysen auf Unterschiede in Bezug auf verschiedene Stichprobenmerkmale (u.a. Alter, Geschlecht, Unternehmensgröße) auf signifikante Unterschiede geprüft (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2022).

Ergebnisse: Im Rahmen der Multigruppenanalysen konnten keine replizierbaren Gruppenunterschiede festgestellt werden. Es zeigten sich allerdings in einzelnen Erhebungsjahren Unterschiede, wie zum Beispiel, dass im Jahr 2016 das organisationale Commitment für Mitarbeitende in kleineren Unternehmen einen signifikant stärkeren Einfluss auf die Kündigungsabsicht hat, als in größeren Unternehmen.

Diskussion und Implikationen: Die Ergebnisse unterstreichen den Bedarf an wiederholten Messungen in der wirtschaftspsychologischen Forschung. Einzelne Querschnittsstudien erfassen Momentaufnahmen, die wichtige Anhaltspunkte für weitere Forschung liefern können. Gleichzeitig ist es von entscheidender Bedeutung die Ergebnisse in Form von Replikationen regelmäßig zu prüfen. In dem genannten Beispiel hätte die einmalige Beobachtung zu einem unvollständigen Verständnis der Beziehung zwischen Commitment und Kündigungsabsicht in verschiedenen Unternehmensgrößen geführt. Replikationen sollten eine zentrale Praxis in der Wirtschaftspsychologie sein, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse sowohl gültig als auch verallgemeinerbar sind.

Literatur

Hair, J. F. J., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3. Aufl.). Los Angeles: SAGE.

Schmidt, S. (2009). Shall we really do it again? The powerful concept of replication is neglected in the social sciences. *Review of General Psychology*, 13(2), 90-100.

Fluktuationsindikator – Identifikation innerer Kündigungen unternehmensrelevanter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Theoretischer Hintergrund: Der demografische Wandel verschärft den Arbeitsmarkt, weshalb die Minimierung dysfunktionaler Fluktuation sowie die Bindung von unternehmensrelevanten Mitarbeitern an Bedeutung gewinnen. Unternehmensrelevante Mitarbeiter sind mit der Nine-Box-Matrix von McKinsey (2008) identifizierbar. Emotionale innere Kündigungen führen häufig auch zu faktischen Kündigungen. Dabei sind Emotionen in Unternehmen schwer zu erfassen, wogegen Gefühle den beschreibenden Teilbereich der Emotion klarer abbilden können.

Fragestellungen: Das Ziel, einen wissenschaftlich fundierten und in der Praxis anwendbaren Fluktuationsindikator zu entwickeln, wurde anhand der Fragen „Inwieweit hängen Gefühle mit inneren Kündigungen und Kündigungsabsichten zusammen?“ und „Inwieweit können die identifizierten Merkmale zu einem Fluktuationsindikator zusammengefasst werden?“ verfolgt.

Methodik: In einer standardisierten Online-Befragung wurde eine repräsentative Stichprobe von deutschen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern untersucht (n = 1.294). Die Hypothesenprüfung erfolgte mittels Zusammenhangs- und Unterschiedsanalysen, die Reliabilitätseinschätzung der eingesetzten Skalen erfolgte mit der Berechnung von Cronbachs Alpha. Die Items und Fragestellungen der Untersuchungen basieren auf theoretischen und empirischen Grundlagen wie Faller (1993) und Gallup (2022).

Ergebnisse: Innere Kündigungen und Kündigungsabsichten können durch die vier Gefühle: „Ich bin unbefriedigt.“, „Ich bin sauer.“, „Ich bin traurig.“ und „Ich fühle mich nicht respektiert.“ identifiziert werden.

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis: Neben der Bestätigung vorliegender empirischer Befunde liegt das zentrale Forschungsergebnis der Studie in der Entwicklung eines neuen Lösungsansatzes zur Identifikation und Diagnose der Fluktuationsneigung. Es wurde ein zweistufiges Fragebogenkonzept entwickelt, das es Unternehmen in der Praxis ermöglicht, einen validen und reliablen Fluktuationsindikator zu ermitteln.

Literatur:

Faller, M. (1993), Innere Kündigung. Ursachen und Folgen, 2. Aufl., München.

Gallup (2022), The Voice of the World's Employees, *State of the Global Workplace 2022 Report*.

McKinsey (2008), Enduring Ideas: The GE–McKinsey nine-box matrix,
<https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/enduring-ideas-the-ge-and-mckinsey-nine-box-matrix>, abgerufen am 25.10.2023.

State-of-the-Art Natural Language Processing in der Entwicklung von Persönlichkeitstests: Eine psychometrische Bewertung maschinengenerierter Items

Persönlichkeitstests wie der Big-Five-Persönlichkeitstest werden bereichsübergreifend eingesetzt, um wichtige individuelle, zwischenmenschliche und organisatorische Ergebnisse vorherzusagen. Ein Ansatz, der ihre Vorhersagekraft nachweislich erhöht, ist die Anpassung der Fragen oder Items an den spezifischen Kontext, der von Interesse ist, was als Frame of Reference-Effekt (FoR-Effekt) bezeichnet wird. Die neuesten Fortschritte im Natural Language Processing (NLP) könnten den Prozess der Entwicklung dieser Persönlichkeitstests durch die automatische Generierung kontextspezifischer Items vereinfachen. Während sich frühere Forschung auf die Generierung generischer Persönlichkeitsitems mit NLP konzentriert, wird in dieser Studie nun untersucht, ob maschinell erstellte, kontextspezifische Items als voll funktionsfähige Skalen geeignet sind und den FoR-Effekt hervorrufen. Im ersten Schritt wurden automatisch Persönlichkeitsitems für die Eigenschaften Gewissenhaftigkeit und Ehrlichkeit-Bescheidenheit im Kontext von Arbeitsplatz und Liebesbeziehung mit GPT-3.5 und einem prompt-basierten Ansatz erzeugt. Im zweiten Schritt wurde eine empirische Studie durchgeführt und die wichtigsten psychometrischen Eigenschaften dieser GPT-generierten, kontextspezifischen Items mit von Menschen geschriebenen, generischen Items der IPIP Gewissenhaftigkeit-Skala und der HEXACO-60 Ehrlichkeit-Bescheidenheit-Skala verglichen. Die Ergebnisse zeigen, dass die GPT-generierten, kontextspezifischen Persönlichkeitsitems und die daraus resultierenden Skalen überwiegend gute psychometrische Eigenschaften aufweisen. In 14 von 16 Fällen erklären die GPT-generierten, kontextspezifischen Persönlichkeitsskalen mehr Varianz als die Menschen-geschriebenen, generischen Persönlichkeitsskalen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass GPT-3.5 als effizientes Instrument für die Entwicklung kontextspezifischer Persönlichkeitstests in der Praxis dienen kann. Abweichungen von diesen Ergebnissen und Implikationen für die Forschung zur Automatisierten Item Generierung und zum FoR-Effekt werden diskutiert sowie eine schrittweise Anleitung für die Generierung von kontextspezifischen Persönlichkeitsitems mithilfe von NLP gegeben.

Hybride Führung – Shared Mental Models und Vertrauen

Hintergrund: Hybride Führung meint das gleichzeitige Führen von Mitarbeitenden vor Ort und im Homeoffice. Aktuell arbeiten 25% der Beschäftigten zumindest teilweise im Homeoffice, perspektivisch möchten dies bis zu 66% tun (Statista, 2022). Studien zeigen, dass aufgabenbezogene Shared Mental Models (Hinds & Weisband, 2003) und das beziehungsbezogene Vertrauen (McAllister, 1995) Leistung und Zufriedenheit fördern und bei verteilter Zusammenarbeit an Bedeutung gewinnen (Bernardy, Müller, Röltgen & Antoni, 2021).

Fragestellung: Angelehnt an das BO-HO-Modell von Wieland & Groenewald (2021) wird untersucht, mit welchen Maßnahmen Führungskräfte Shared Mental Models und Vertrauen fördern. Zudem soll analysiert werden, welche Rolle der persönliche Kontakt spielt.

Methoden: Von Juni bis August 2023 wurden Interviews mit 14 Führungskräften durchgeführt. Die Audioaufnahmen wurden transkribiert, anonymisiert und anhand der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2022) ausgewertet.

Ergebnisse: Führungskräfte müssen aufgabenbezogene Shared Mental Models, also Informationen zu gemeinsamen Zielen, Strategien und Aufgaben transparent und redundant kommunizieren. Auch Rollen und Verantwortlichkeiten sollten abgestimmt und klar definiert werden. Für das kognitive Vertrauen, also das Wissen über Können und Kompetenz der Teammitglieder, ist eine strukturierte und transparente Kommunikation die Grundlage. Das affektive Vertrauen beinhaltet die Einschätzung über die Motivation und die Einsatzbereitschaft der anderen. Der Aufbau benötigt aus Sicht vieler Führungskräfte ein persönliches Kennenlernen der Teammitglieder. Affektives Vertrauen wird zudem durch Partizipation ausgebildet und wenn Fehler als Chance zum Lernen begriffen werden.

Diskussion: Das Fazit aus den Interviews lautet: Die Anerkennung der Herausforderungen der hybriden Führung und ein „sich darauf einlassen“ ist der erste Schritt. Eine gute Gestaltung hybrider Zusammenarbeit kann gelingen und sie lohnt sich!

Literatur:

Bernardy, V., Müller, R., Röltgen, A.T. & Antoni, C.H. (2021). Führung hybrider Formen virtueller Teams – Herausforderungen und Implikationen auf Team- und Individualebene. In S. Mütze-Niewöhner, W. Hacker, T. Hardwig, S. Kauffeld, E. Latniak, M. Nicklich & U. Pietrzyk (Hrsg.), Projekt- und Teamarbeit in der digitalisierten Arbeitswelt. Heidelberg: *Springer*, S. 115-138.

Hinds, P.J. & Weisband, S.P. (2003). Knowledge sharing and shared understanding in virtual teams. In C.B. Gibson & S.G. Cohen (Hrsg.) Virtual teams that work: creating conditions for virtual team effectiveness. San Francisco: Jossey-Bass. S. 21-36.

McAllister, D. J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24–59.

Wieland, R. & Groenewald, S. (2021). Gestaltung der Arbeit im Homeoffice als hybrides Arbeitsortmodell. In: Badura, B., Ducki, A., Schröder, H., Meyer, M. (eds) *Fehlzeiten-Report 2021*. Berlin: *Springer*.

Wohlbefinden von Studierenden: Informelle Lernumgebungen und die damit einhergehende soziale Integration als Ressource

Hintergrund: Studien zeigen eine Zunahme psychischer Erkrankungen sowohl für Beschäftigte (BKK, 2021), als auch für Schüler*innen (Ergebnisse der HSBC-Gesundheitsbefragung im Land Brandenburg, 2023) und für Studierende (BMBF, 2021, 22. Sozialerhebung). In dieser Studie wird untersucht, wie das Wohlbefinden von Studierenden gesteigert werden kann.

Fragestellung: Angelehnt an das Job-Demand-Resources Modell (Bakker & Demerouti, 2007) wird angenommen, dass informelle Lernumgebungen die soziale Integration von Studierenden und das Wohlbefinden fördern.

Methode: In einer Stichprobe von n = 327 Studierenden an der HTW Berlin wurde in einer Online-Befragung demographische Variablen, die Verfügbarkeit und Erreichbarkeit von informellen Lernumgebungen sowie die soziale Integration (French & Oakes, 2004) und das Wohlbefinden anhand des WHO-5-Item Index (Topp et al., 2015) erfasst. Der WHO-5 Item Index gilt als valider Prädiktor psychischer Erkrankungen.

Ergebnisse: Der WHO-5-Item Index ist mit 51,56 geringer als in der deutschen Normstichprobe (Brähler et al., 2007). Der Wert liegt zudem nur leicht über dem Wert von 50, ab dem von einer leichten Depression gesprochen wird (Blom, 2012). Weibliche Studierende berichten ein signifikant geringeres Wohlbefinden als männliche Studierende. Masterstudierende weisen ein etwas höheres Wohlbefinden als Bachelor-Studierende auf.

Die soziale Integration und die Verfügbarkeit und Erreichbarkeit von informellen Lernumgebungen sind positiv mit dem Wohlbefinden korreliert. Darüber hinaus konnte belegt werden, dass die soziale Integration den Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit und Erreichbarkeit in informellen Lernumgebungen und dem Wohlbefinden mediiert.

Diskussion: Die Förderung der Verfügbarkeit und Erreichbarkeit informeller Lernumgebungen an Hochschulen ist essenziell, um die soziale Integration zu unterstützen, das Wohlbefinden zu verbessern und präventiv psychischen Erkrankungen vorzubeugen.

Literatur:

Blom, E.H., Bech, P., Högberg, G., Larsson, J., & Serlachius, E. (2012). Screening for depressed mood in an adolescent psychiatric context by brief self-assessment scales – testing psychometric validity of WHO-5 and BDI-6 indices by latent trait analyses. *Health and Quality of Life Outcomes*, 10, 149 - 149.

Brähler, E., Mühlan, H., Albani, C., & Schmidt, S. (2007). Teststatistische Prüfung und Normierung der deutschen Versionen des EUROHIS-QOL Lebensqualität-index und des WHO-5 Wohlbefindensindex. *Diagnostica*, 53(2), 83–96.

French, B.F. & Oakes, W. (2004). Reliability and Validity Evidence for the Institutional Integration Scale. *Educational and Psychological Measurement*, 64 (1), 88-98.

Topp, C.W., Østergaard, S.D., Søndergaard, S & Bech, P. (2015). The WHO-5 Well-Being Index: A systematic review of the literature. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 84, 167–176.

Atmosphärische Wirkungen im Apothekenkontext – Wie wirkt die Atmosphäre auf die Kaufentscheidung?

Im Rahmen dieser Studie soll die Wirkung von Apothekenatmosphären auf die Kaufentscheidung untersucht werden. Es konnten beispielsweise bereits Zusammenhänge der Komponenten für den Einzelhandel (Rusdiyanto et al., 2022) gefunden werden. Die ganzheitliche Atmosphäre wurde bereits bei Starker et al. (2023) im Kontext der Problemlöseforschung untersucht.

Im Rahmen dieses Laborexperiments (n = 42) wurden zwei verschiedene Apothekenatmosphären design und es wurden besonders die optische Darstellung sowie olfaktorische und akustische Elemente fokussiert. Ein Raum unterlag der Intention ruhig und gemütlich wahrgenommen zu werden und der andere sollte Kühle und Pragmatismus ausstrahlen. Der Fragebogen, der in den Umgebungen bearbeitet wurde, enthielt schwerpunkthaft Fragen zur Kaufentscheidung hinsichtlich bestimmter Produkte sowie zur Wahrnehmung der Umgebung.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Zusammenhänge zwischen einer professionellen Raumwirkung und dem Grund der Kaufentscheidung bestehen. Weiterhin bestehen Hinweise, dass die Entscheidung für einzelne Produkte mit der Atmosphäre in Verbindung steht.

Die Repräsentativität stellt eine Limitation der Ergebnisse dar. Es handelt sich jedoch um eine erste Validierung der Zusammenhänge. Die Untersuchung weiterer Atmosphären in diesem Kontext sowie die Variation der Entscheidungsaufgabe stellen weitere Forschungsansätze dar.

Die Erkenntnisse inkludieren Implikationen für die räumliche Gestaltung von Konsumumgebungen und geben Anregungen für andere Bereiche wie Arbeitsatmosphären.

Literatur:

Rusdiyanto, A. Q., Hidayanti, I. & Damayanti, R. (2022). The Effect of Lifestyle and store atmosphere on consumer purchase decision through purchase interest of indomaret in Ternate. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(1), 137-152. DOI: <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i1.5243>

Starker, U. Giesecke, M. - L. und Von der Weth, R. (2023). Atmosphere, emotion and problem solving – hints for the design of virtual work environments [Konferenzbeitrag]. *European Association of Work and Organizational Psychology*, Kattowitz.

Akzeptanz von Smart Stores: Eine empirische Untersuchung mittels virtueller Realität

Das Konzept eines kassenlosen Supermarkts (Smart Stores), ist in einer starken Expansionsphase. In der bisherigen Literatur gibt es noch keine Studien zu der Akzeptanz des Konzepts bei Konsumenten. Die Zielsetzung dieser Studie war daher, zu untersuchen, ob Konsumenten einen Smart Store für einen Einkauf nutzen würden und welches der beiden Konzeptarten (Grab&Go vs. automatische Kommissionierung) sie bevorzugen. Dabei wurden die Smart Store Konzepte mittels Virtueller Realität (VR) im Rahmen einer Studie erlebbar gemacht. Es ist eine offene Frage, welchen Einfluss ein VR-Input auf die Nutzungsintention von Probanden gegenüber einer neuen Technologie hat. In dieser Studie soll daher zusätzlich untersucht werden, welchen Einfluss ein VR-Input auf die Intention von Konsumenten hat, einen Smart Store zu nutzen.

Um die Fragestellungen zu untersuchen, wurde eine experimentelle Laborstudie mit 26 Probanden in einem gemischten Design durchgeführt. Das Smart Store Konzept (between Faktor) wurde dabei anhand der Beispiele Shop Box (Grab&Go) und Collect Box (automatische Kommissionierung) mit einem virtuellen Einkaufserlebnis und einer schriftlichen Beschreibung untersucht. Die Akzeptanz wurde vor und nach (within Faktor) der Konzeptvorstellung erfasst. Es konnte festgestellt werden, dass das Grab&Go-Konzept besser bewertet wurde als das Konzept mit automatischer Kommissionierung.

Zusammenfassend bewerten Konsumenten das Smart Store Konzept positiv und wollen es für kleinere Ergänzungskäufe von bekannten Produkten nutzen. Sie bevorzugen dafür das Grab&Go Konzept, da sie dort die Produkte sehen können und es dem bekannten Einkaufsverhalten am ähnlichsten ist. Der VR-Input konnte die Nutzungsintention der Probanden signifikant steigern. Daher könnte die Möglichkeit einer Nutzung von VR in der Akzeptanzerforschung neuer Technologien gegeben sein.

It's a Match – Wie Unternehmen mithilfe der Mitarbeitenden die richtige Führung in der agilen Welt finden

Der Mensch als Faktor für Agile Transformation gewinnt für Forschung und Praxis an Bedeutung (Dikert, 2016). Ein agiles Mindset gilt dabei als Schlüsselfaktor für die Umsetzung im Unternehmen (Naslund & Kale, 2020). Führungskräften werden in der Transformation wichtige Funktionen zugesprochen, da sie Akzeptanz für Agilität schaffen und zur Selbstständigkeit befähigen. Unternehmen suchen daher nach potenziellen Führungskräften mit geeignetem Mindset (Gren & Lindman, 2020). Führungskräfte, die sich an den Mitarbeitenden orientieren, beschleunigen die Adoption von Agilität (Fachrunnisa et al., 2022). In bisherigen Studien wurde jedoch die Perspektive der Mitarbeiter nicht berücksichtigt. Daher stellt sich die Frage, welches Mindset Mitarbeiter sich für eine agile Führungskraft wünschen.

Methodik: Die Studie verfolgt einen Mixed-Method-Ansatz, bestehend aus einer semi-strukturierten Literaturanalyse und einer Conjoint-Analyse. Zur Ermittlung des agilen Mindset von Führungskräften unter Berücksichtigung der Mitarbeitendenperspektive wird die auswahlbasierte Conjoint-Analyse verwendet.

Ergebnisse: In der Literaturanalyse wurden die Einstellungen gegenüber Visionen, Coaching der Mitarbeitenden, Experimentierfreudigkeit, Partizipation und Sensibilität für das Mindset von agilen Führungskräften ermittelt. Basierend auf Antworten von 295 Befragten, die gebeten wurden, ihre bevorzugte Führungskraft in der agilen Welt zu wählen, ergab diese Studie, dass positive Einstellungen einer Führungskraft gegenüber Partizipation und Coaching die wichtigsten Attribute aus Sicht der Mitarbeitenden sind.

Originalität: Zunächst erweitert die Arbeit die Forschung zum Agilen Mindset durch Einstellungen von Führungskräften. Außerdem ist sie eine der ersten, die eine auswahlbasierte Conjointanalyse anwendet, um implizite Annahmen über das Mindset von Führungskräften zu identifizieren. In der Praxis können die Ergebnisse der Studie helfen, Trainingsprogramme für Führungskräfte aufzubauen und akzeptierte Führungskräfte für den Wandel zu entwickeln.“

Literatur:

- Dikert, K., Paasivaara, M., & Lassenius, C. (2016). Challenges and success factors for large-scale agile transformations: A systematic literature review. *Journal of Systems and Software*, 119, 87–108. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2016.06.013>
- Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Lukman, N., & Majid, M. N. A. (2020). Towards SMEs' digital transformation: The role of agile leadership and strategic flexibility. *Journal of Small Business Strategy*, 30(3), 65–85. Scopus.
- Gren, L., & Lindman, M. (2020). What an Agile Leader Does: The Group Dynamics Perspective. Lecture Notes in Business Information Processing, 383 LNBIP, 178–194. Scopus. https://doi.org/10.1007/978-3-030-49392-9_12
- Naslund, D., & Kale, R. (2020). Is agile the latest management fad? A review of success factors of agile transformations. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(4), 489–504. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-12-2019-0142>

Determinants of Acceptance of AI-Based Interaction Systems

As Artificial Intelligence (AI) increasingly permeates work environments, understanding its acceptance is important. We investigated determinants influencing acceptance of AI-based interaction systems in two areas: implementation strategies of assistive AI in organizations and acceptance of AI in personnel selection processes. Our first vignette experiment (N = 196) investigated how different AI implementation strategies (Tarlatt, 2001) influence acceptance indicators such as warmth, competence, affective attitudes, and perceived human similarity. In accordance with our assumptions, drawn from Self-Categorization Theory (Turner et al., 1987) as well as from Stereotype Content Model (Fiske et al., 2002), findings indicated that participative and transparent implementation strategies garner significantly higher acceptance than top-down strategies. In our second vignette experiment (N = 288) we examined applicants' perceptions of AI in personnel selection, varying the level of AI involvement in the process. The primary acceptance variable was the intention to use, influenced by factors such as human similarity, social presence, and elements from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT; Venkatesh et al., 2003). The results demonstrated a predicted acceptance pattern as evident: the higher the involvement of AI, the lower indicators of acceptance. Our research underscores the complexity of AI acceptance, revealing that both the method of AI implementation and the degree of its involvement significantly influence user acceptance levels. These insights are critical for organizations aiming to integrate AI systems, highlighting the importance of strategies. This study contributes to the discourse on technology acceptance, particularly in the domain of AI applications in professional contexts.

Literatur:

- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Tarlatt, A. (2001). Implementing von Strategien im Unternehmen. *Deutscher Universitätsverlag Wiesbaden*. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-90319-8>
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). Rediscovering the social group: A self-categorization theory. Basil Blackwell.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

**PAAI: Ein humanzentriertes Evaluationsinstrument zur Bewertung von KI-basierten
Entscheidungsunterstützungssystemen**

Ziel der Studie war es, ein Bewertungsinstrument zu entwickeln, das den Einsatz von KI-basierten Entscheidungsunterstützungssystemen (EUS) in der beruflichen Praxis aus einer menschenzentrierten Perspektive bewertet. In Anlehnung an die Internationale Organisation für Normung zielt diese Perspektive darauf ab, sicherzustellen, dass der Einsatz interaktiver Technologien das psychologische Beanspruchungserleben und -verhalten von Nutzer:innen verbessert, z. B. in Form von verringertem Stresserleben oder erhöhter Leistung. Gleichzeitig versucht diese Perspektive, potenzielle negative Auswirkungen dieser Technologien auf Nutzer:innen, wie z. B. eine Beeinträchtigung ihrer Zufriedenheit, so früh wie möglich zu erkennen und zu korrigieren. Basierend auf dieser Perspektive haben wir ein Fragebogeninstrument, das Psychological Assessment of AI-based DSSs (PAAI), für die nutzerzentrierte Evaluation des Einsatzes von KI-basierten EUS in der Praxis entwickelt und validiert. Das Instrument berücksichtigt insbesondere zentrale Gestaltungsmerkmale von KI-basierten EUS und der entsprechenden Arbeitssituation, die einen wesentlichen Einfluss auf die psychische Beanspruchung von Nutzer:innen haben. Das Instrument wurde in zwei unabhängigen Studien getestet. In Studie 1 wurden N=223 Personen rekrutiert. Auf der Grundlage der Ergebnisse von Item- und Skalenanalysen sowie einer EFA wurde das neu entwickelte Instrument verfeinert und die endgültige Version mittels einer CFA getestet. Die Ergebnisse zeigten akzeptable bis gute Fit-Indizes und bestätigten die faktorielle Validität des PAAIs. Dies wurde auch in einer zweiten Studie mit N=471 Teilnehmer:innen bestätigt. Auch hier ergab die CFA akzeptable bis gute Fit-Indizes. Die Validität wurde durch konvergente und kriterielle Validitätsanalysen weiter bestätigt.

The Influence of Childhood Social Class on Empathy and Relation-Oriented Leadership

While other dimensions of diversity have been extensively researched, social background has not gained much importance in organizational science. Empirical findings from social psychology, however, suggest a robust influence of an individual's social class as a part of the self on social cognition, emotion, and behaviour. In addition, management literature suggests a long-lasting influence of childhood social background on leadership behaviour. In particular, individuals with low childhood class are assumed to be more empathic and more inclined to engage in relation-oriented leadership behaviour than their high-class counterparts. The present study aims to empirically investigate the influence of social class identity during childhood and adolescence on empathic ability and relation-oriented leadership behaviour.

The paper used survey information from 97 German executives across all management levels (75.3% male, 23.7% female, average age 44.5 years) from the automotive and wholesale sectors. Social background was operationalized using a group-based measure of subjectively perceived class membership during childhood and adolescence. Empathic ability (empathic concern and perspective taking) and relation-oriented leadership behaviour were both self-assessed by participants using subscales of validated measuring instruments (SPF-IRI; GMPS).

Results revealed a weak relationship between childhood social class and empathic concern. No difference between groups was found regarding perspective-taking abilities and self-assessed relation-oriented leadership behaviour. The results point to important limitations for hierarchy-based assessment of subjective social class in German society.

Flache Hierarchien in der neuen Arbeitswelt? Zum Zusammenhang zwischen Arbeitszufriedenheit, organisationalem Commitment, emotionaler Erschöpfung und Shared Leadership. Eine korrelative Querschnittstudie

Zielsetzung: Durch eine zunehmende Dynamisierung der Arbeitswelt gewinnen neuere Führungskonzepte an Bedeutung. Dazu zählt u.a. Shared Leadership. Ob und wie sich dessen Anwendung in der Praxis auf Arbeitszufriedenheit, organisationales Commitment und emotionale Erschöpfung von Mitarbeitenden auswirkt, ist eine Hauptfragestellung der vorliegenden Querschnittstudie. Die Ergebnisse sollen zur Herleitung gezielter Maßnahmen beitragen.

Design/Methodik: Im Rahmen eines querschnittlichen, korrelativen Online-Fragebogendesigns wurde im Mai 2023 eine Gelegenheitsstichprobe von N = 189 Berufstätigen im Alter von 19 bis 72 Jahren untersucht. Die Datenanalyse umfasste Korrelations- und Regressionsanalysen.

Zentrale Ergebnisse: Die Ergebnisse der Korrelationen nach Spearman zeigen einen signifikant positiven und starken Zusammenhang zwischen Shared Leadership und Arbeitszufriedenheit sowie einen signifikant positiven und moderaten Zusammenhang zwischen Shared Leadership und organisationalem Commitment. Ferner zeigte sich ein signifikant negativer und schwacher Zusammenhang zwischen Shared Leadership und emotionaler Erschöpfung. Die multiple lineare Regression konnte hingegen keinen signifikanten Effekt von Shared Leadership auf emotionale Erschöpfung aufdecken, sondern schwache und moderate Effekte des organisationalen Commitments und der Arbeitszufriedenheit mit einer Varianzaufklärung von 21 Prozent. Shared Leadership war damit bivariat zwar mit geringerer emotionaler Erschöpfung assoziiert, trug aber im Modell nicht signifikant zur Erklärung der emotionalen Erschöpfung bei. In weiteren Analysen werden aktuell mögliche Moderationseffekte untersucht.

Limitationen der Arbeit: Die vorliegende Studie weist methodische Limitationen auf, die sowohl das Design als auch die Erfassung der Konstrukte betreffen.

Schlüsselbegriffe: Shared Leadership, arbeitsbezogenes Wohlbefinden, Arbeitszufriedenheit, organisationales Commitment, emotionale Erschöpfung.

Game-Related-Online-Assessments: Eine neue Struktur des Feldes und der Stand der Forschung

Theoretischer Hintergrund

Gamification ist der Einsatz von Spielelementen in einem Kontext, der selbst kein Spiel ist. In der Personalgewinnung werden sowohl gamifizierte Verfahren als auch Games als Verfahren eingesetzt. Beides kann als Recrutainment bezeichnet werden. Recrutainment ist Gamification in der Personalgewinnung.

Fragestellung/Hypothesen

Das Ziel von Recrutainment im Kontext der Eignungsdiagnostik ist v.a. die Verbesserung der sozialen Validität der Verfahren sowie der Candidate Experience insgesamt. Es stellt sich die Frage, ob und wie dieses Ziel erreicht werden kann.

Methodik

Das Feld der spielerischen Lösungen im Bereich der Personalauswahl wird differenzierter strukturiert als es bislang der Fall war. Aktuelle und relevante empirische Ergebnisse zu vier identifizierten Verfahrensklassen werden umrissen.

Ergebnisse

Es wird gezeigt, dass im Wesentlichen zwischen den folgenden vier Verfahrensklassen unterschieden werden kann: Video Games, Psychometric Games, Serious Gamified Assessments und Surreal Gamified Assessments. Es deutet sich an, dass die Höhe der Akzeptanz und die Verbesserung der Candidate Experience mit dem spielerisch-simulativen Anforderungs- und Unternehmensbezug, also der Möglichkeit, spielerisch etwas über Unternehmen und Anforderungen zu lernen, zusammenhängt.

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis

Es wird betont, dass es eine eindeutige Klassifikation braucht, um die verschiedenen Ausgestaltungen und die teilweise widersprüchlichen empirischen Forschungsergebnisse in diesem Bereich besser einordnen und vergleichen zu können. Forschungslücken und Implikationen für die Praxis werden aufgezeigt.

Literatur:

- Jansen, L. J., Diercks, J. & Kupka, K. (2022). Lösungen im E-Recruiting – Recrutainment: Eine Erweiterung der Klassifikation & empirische Ergebnisse. *Wirtschaftspsychologie*, 24(4), 62–78.
- Jansen, L. J., Diercks, J. & Kupka, K. (2023). Recrutainment – Gamification in Employer Branding, Personalmarketing und Personalauswahl. Springer Gabler.
- Jansen L. J. (eingereicht zur Publikation). Recrutainment – Formen von Game-Related-Online-Assessments und die Verbesserung der Candidate Experience. *Wirtschaftspsychologie aktuell*, 4, 2023.
- Kupka, K., Diercks, J. & Jansen, L. J. (eingereicht zur Publikation). Gamification im (Online-) Assessment. In K. P. Stulle & R. Justenhofen (Hrsg.), *Personalauswahl 4.0 – KI, Machine Learning, Gamification und andere Innovationen in der Praxis*. Springer Gabler.

Positive Leadership and Organizational Commitment - a serial mediation model

Positive leadership, a theory originating from positive psychology, has often been used as a synonym or category for various leadership styles (e.g. authentic leadership). With the ongoing debate about the relevance of these leadership styles for future research (e.g. Alvesson & Einola, 2019), it is particularly important to reduce the conflation of concepts and acknowledge that positive leadership is a distinct leadership style and not a general term (Kelloway et al., 2013). There is a lack of research considering positive leadership as a separate construct and examining its influence on organizational commitment, an important outcome in times of skilled labor shortages. Based on work-design theory (Humphrey et al., 2007) and incorporating self-determination theory (Deci & Ryan, 2002), we argue that positive leadership influences organizational commitment directly and indirectly. We hypothesize that psychological need satisfaction and well-being act individually and, as extension of the work design theory, as serial mediators between positive leadership and organizational commitment. We conduct a two-wave-study with 282 employees of a German company of the insurance sector to test the proposed effects using structural equation modelling. The results suggest that positive leadership improves organizational commitment. Additionally, psychological need satisfaction and well-being mediate this relationship individually and serial. Overall, our study contributes to the research fields of work design theory and self-determination theory and underlines the importance of positive leadership as a relevant leadership style. Organizations can benefit from the study's findings by training their leaders to deal with employees' emotions and encouraging them to practice positive leadership.

References

- Alvesson, M., & Einola, K. (2019). Warning for excessive positivity: Authentic leadership and other traps in leadership studies. *The Leadership Quarterly*, 30(4), 383–395.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.04.001>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (Eds.). (2002). Handbook of self-determination research. *University of Rochester Press*.
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *The Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1332–1356.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.5.1332>
- Kelloway, E. K., Weigand, H., McKee, M. C., & Das, H. (2013). Positive Leadership and Employee Well-Being. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(1), 107–117.
<https://doi.org/10.1177/1548051812465892>

Kempny, Christian (1,2); Brzoska, Patrick (1)

1: Universität Witten/Herdecke, Deutschland; 2: Hochschule Hamm-Lippstadt, Deutschland

Verbesserung der Zusammenarbeit von diversem Krankenhauspersonal - Ergebnisse eines Scoping Review

Einleitung: Studien zur Teamdiversität im Gesundheitssektor beziehen sich häufig auf die Frage, wie Diversität beim Gesundheitspersonal genutzt werden kann, um die Patient:innenversorgung zu verbessern. Untersuchungen zur Verbesserung der Zusammenarbeit im Team sind hingegen selten. Diese Studie untersucht die Teamdiversität in der stationären Krankenhausversorgung. Hierbei sollen Chancen und Risiken der Zusammenarbeit identifiziert und aufbereitet werden.

Methoden: Im Rahmen eines Scoping Reviews wurden die Datenbanken PsycINFO, PubMed, Web of Science und BSP systematisch durchsucht und empirische Studien zur Verbesserung der Zusammenarbeit in diversen Teams in Krankenhäusern eingeschlossen, welche englisch- oder deutschsprachig bis Dezember 2022 publiziert wurden.

Ergebnisse: Aus insgesamt 1578 Artikeln konnten 54 passende Artikel identifiziert werden. 44 Studien untersuchten ein und 10 mehrere Diversitätsmerkmale gleichzeitig. Trotz Berichten über Diskriminierung und Konflikte in diversen Teams betonten einige Studien die Vorteile, wie erhöhte Teamleistung und Zufriedenheit. Es konnten verschiedene Einflussfaktoren auf die Teamarbeit auf Ebenen der Organisation, des Teams und des Individuums identifiziert werden, welche die Chancen der Zusammenarbeit in diversen Teams verstärken und die Risiken verringern.

Schlussfolgerung: Es stehen verschiedene Handlungsmöglichkeiten in Krankenhäusern zur Verfügung, um Risiken in der Zusammenarbeit von diversen Gesundheitsteams zu minimieren und Chancen zu fördern. Diversitätsübergreifende Ressourcen auf der Organisationsebene sind beispielsweise Diversitätstrainings, ein positives Diversitätsklima und diversitätssensible Führung. Auf der Teamebene sollten gegenseitiges Vertrauen und ein regelmäßiger Austausch gefördert werden. Es konnte zudem herausgestellt werden, dass auch die Zufriedenheit, die Bleibeabsicht, die Leistung und das Wohlbefinden von Mitarbeiter:innen durch die Teamdiversität beeinflusst werden. Einen Einfluss von Teamdiversität auf die Leistungsfähigkeit eines Krankenhauses konnte nicht identifiziert werden.

Was macht interkulturelle Teamarbeit erfolgreich? Eine Fallstudie zu kleinen und mittelständischen Unternehmen in Nordrhein-Westfalen

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) haben Schwierigkeiten, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, welches kulturelle Vielfalt aktiv unterstützt. Um praktische Handlungsempfehlungen für KMU im Umgang mit kulturellen Teams zu entwickeln, wurden qualitative, explorative Fallstudien in drei Organisationen in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Die Daten wurden zwischen 2018 und 2019 im Rahmen von Dokumentenanalysen, Beobachtungen und Interviews in fünf Teams erhoben und mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring analysiert. Die Ergebnisse zeigen wichtige Implikationen für KMU im Umgang mit kulturell vielfältigen Teams auf drei verschiedenen Analyseebenen: der Organisation, der Teamebene und der Individualebene. Auf der Ebene der Organisation können Veränderungen in der Organisationskultur, die Umsetzung von Diversity-Programmen und Diversity-Schulungen zu einer Verbesserung der Arbeit in multikulturellen Teams führen. Auf der Teamebene wurden Führung, Teamzusammensetzung und Teamidentität als entscheidende Faktoren für multikulturelle Teamarbeit identifiziert. Für den einzelnen Mitarbeitenden sind interkulturelle Kompetenz und Sprachkenntnisse starke Determinanten für eine erfolgreiche multikulturelle Teamarbeit.

Intelligenzdiagnostik bei Nicht-Migranten

Zweifelsfrei weisen die psychologischen Befunde aus über 100 Jahren Forschung eindeutig in eine Richtung: Intelligenz korreliert positiv mit einem ganzen Bündel positiver Kriterien der Berufswelt (Stern und Neubauer, 2016; Kramer, 2009, Neyer und Asendorpf, 2018). Für potentielle Arbeitgeber und z.B. Bildungseinrichtungen ist die Messung der Intelligenz demnach von höchstem Interesse, etwa vor Aufnahme eines Beschäftigungsverhältnisses oder eines Studiums. Bei Nicht-Muttersprachlern bieten sich dazu sprachfreie Matrizen tests mit einer hohen g-Faktor-Sättigung an. Der BOMAT Standard ist ein solcher Test (Hossiep & Hasella, 2010).

Die Ergebnisse meiner in der WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE 4/2019 veröffentlichten Studie mit über 500 Migranten hatte zum Ergebnis, dass diese im Durchschnitt 12 von 30 BOMAT-Aufgaben lösten. Dies ist weniger als das Mittel der im BOMAT-Manual genannten Referenzgruppen (Hauptschüler: 11 Aufgaben; Realschüler: 15 Aufgaben; Gymnasiasten: 20 Aufgaben). Die Forschungsfrage bei der Untersuchung aus 2022 lenkt den Blick von Migranten zu Personen OHNE Migrationshintergrund. Wie sehen die BOMAT-Normwerte für a) Studierende, b) überwiegend Berufstätige, c) Berufstätige in Vollzeit und d) nicht mehr Berufstätige / Personen im Rentenalter aus? Hierzu wurden über 400 Personen getestet. Es zeigt sich erwartungsgemäß, dass mit zunehmendem Alter deutlich weniger Aufgaben gelöst werden, was mit einem Rückgang der sog. fluiden Intelligenz erklärt werden kann. Auch zeigen sich Unterschiede zwischen den Gruppen a) bis d) mit einer besonders bemerkenswerten Differenz zwischen den Berufstätigen in einer Weiterbildungsmaßnahme (Gruppe b) und den Vollzeitbeschäftigten (Gruppe c). Hierfür dürften Effekte der Selbst-Selektion eine Erklärung liefern.

Die neue Stichprobe mit über 400 Personen ist vom Altersdurchschnitt kompatibel mit der Stichprobe der Migranten (ca. 36,5 Jahre zu ca. 33 Jahre). Auch hier ergeben sich Unterschiede in den BOMAT-Werten, auf die eingegangen werden kann, aber nicht eingegangen werden muss.

Klein, Sarah (1,2); Urbig, Diemo (1,3)

1: Brandenburgische Technische Universität (BTU) Cottbus-Senftenberg, Deutschland; 2: Hochschule Fresenius Köln, Deutschland; 3: Indiana University Bloomington, USA

Karriere - eine Frage der Hoffnung? Der multidimensionale Einfluss dispositionaler Hoffnung auf Karriereziele

Theoretischer Hintergrund. Dispositionale Hoffnung wirkt als motivationaler Mechanismus in unsicheren und krisenbehafteten Situationen, wie bei der Bewältigung beruflicher Herausforderungen und der Anpassung an das „New Normal“ der heutigen Arbeitswelt. Obwohl positive Zusammenhänge zwischen Hoffnung und Karriereplanung (Hirschi et al., 2017), beruflicher Identität (Diemer & Blustein, 2007) und beruflicher Anpassungsfähigkeit (Niles, 2011) berichtet werden, ist unklar, welchen Einfluss Hoffnung auf die Richtung einer Karriere nimmt.

Fragestellung/Hypothesen. Diese Studie untersucht den Zusammenhang von dispositionaler Hoffnung und fundamentalen Karrierezielen. Hoffnung wird als kontextunspezifisches, mehrdimensionales Konstrukt betrachtet (Bernardo, 2010), bestehend aus internaler (selbstbezogener) und externaler (auf externe Faktoren wie andere Menschen und Zufall bezogene) Hoffnung. Wir hypothetisieren, dass interne Hoffnung positiv auf die allgemeine Stärke von Karrieremotiven wirkt. Darüber hinaus werden verschiedene grundlegende Karrieremotive nach typischen Mustern des Zusammenhangs mit internaler und externaler Hoffnung unterschieden.

Methodik/Ergebnisse. Die Hypothesen wurden anhand einer Stichprobe von N=1201 Teilnehmenden geprüft. Die Mehrdimensionalität und entscheidungsleitende Wirkung der Karrieremotive werden durch mehrdimensionale Mehrebenen-Modelle abgebildet. Es zeigt sich, dass interne Hoffnung die generelle Stärke von Karrierezielen positiv beeinflusst und die Wahl herausfordernder Berufstätigkeiten fördert. Personen mit externaler Hoffnung auf andere streben nach Expertenstatus, Jobsicherheit und berücksichtigen soziale Faktoren im Beruf. Externale Hoffnung auf Zufall wirkt positiv auf das Streben nach Kreativität und unternehmerischer Selbstständigkeit. Die Effekte sind unabhängig von dispositionalem Optimismus.

Diskussion/Implikationen. Diese Studie trägt zur Hoffnungs- und Karriereforschung bei und unterstreicht die Bedeutung von Hoffnung im beruflichen Kontext. Hoffnung sollte demnach als mehrdimensionaler Einflussfaktor in Karriereentscheidungen sowie in Weiterbildungs- und Entwicklungsmaßnahmen verstärkt berücksichtigt werden.

Literatur:

Bernardo, A. B. I. (2010). Extending hope theory: Internal and external locus of trait hope. *Personality and Individual Differences*, 49(8), 944–949. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.036>.

Diemer, M. A. & Blustein, D. L. (2007). Vocational Hope and Vocational Identity: Urban Adolescents' Career Development. *Journal of Career Assessment*, 15(1), 98–118. <https://doi.org/10.1177/1069072706294528>.

Hirschi, A., Abessolo, M. & Froidevaux, A. (2015). Hope as a resource for career exploration: Examining incremental and cross-lagged effects. *Journal of Vocational Behavior*, 86, 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.10.006>.

Niles, S. G. (2011). Career flow: a hope-centered model of career development. *Journal of Employment Counseling*, 48(4), 173–175. <https://doi.org/10.1002/j.2161-1920.2011.tb01107.x>.

Anwendung von künstlicher Intelligenz – Risikowahrnehmung und Vertrauen im Arbeitskontext mit verschiedenen Auswirkungsniveaus und Aufgabentypen

Im Anschluss an die Studien von Araujo, Helberger, Kruikemeier & de Vreese (2020) und Lee (2018) werden in der empirischen Studie zwei szenariobasierte Online-Experimente durchgeführt. Die Stichprobe besteht aus 221 Probanden aus Deutschland unterschiedlichen Alters sowie Geschlechts. Die Originalstudien werden nicht eins zu eins repliziert. Die neuen Szenarien sind so realistisch wie möglich konstruiert und enthalten realistische Fakten aus dem Arbeitsalltag. Sie basieren auf dem KI-Akzeptanzmodell von Scheuer (2020) und sind im Vergleich zu den Originalstudien um einzelne beschreibende Elemente von KI-Systemen erweitert. Das erste Onlineexperiment untersucht die Risikowahrnehmung der Probanden hinsichtlich Entscheidungen durch künstliche Intelligenz mit unterschiedlichem Auswirkungsgrad. Im Szenario mit großer Auswirkung werden Bewerber auf eine Stelle automatisiert ausgewählt und erhalten unmittelbar einen Arbeitsvertrag. Im Szenario mit geringer Auswirkung werden 3 Bewerber automatisiert zu einem nachfolgenden Gespräch eingeladen. Zusätzlich wird der Zusammenhang zwischen Alter und Risikowahrnehmung untersucht. Das zweite Onlineexperiment testet das wahrgenommene Vertrauen der Probanden hinsichtlich Entscheidungen durch künstliche Intelligenz, die entweder halbautomatisiert durch die Unterstützung menschlicher Experten erfolgen oder im Vergleich vollautomatisiert getroffen werden. Dabei werden zwei Arten von Aufgabentypen unterschieden. Der Aufgabentyp, welcher „human skills“ voraussetzt sowie der Aufgabentyp welcher „mechanical skills“ benötigt. Das dargebotene „human skills“-Szenario beschreibt eine Leistungsbewertungssituation, das dargebotene „mechanical skills“-Szenario beschreibt eine Arbeitszuweisungssituation im Arbeitskontext. Zusätzlich wird das Ausmaß an negativen Emotionen bei automatisierten Entscheidungen untersucht. Die Ergebnisse werden zu den Erkenntnissen von Araujo, Helberger, Kruikemeier & de Vreese (2020) und Lee (2018) in Beziehung gesetzt und Implikationen in Bezug auf weitere Forschungsaktivitäten und praktische Relevanz werden diskutiert.

Was unterscheidet Deutschland von den USA? – Zwei Instrumente zur Messung der Markenpersönlichkeit im Vergleich

Jennifer Aaker (1996) entwickelte die Brand Personality Scale (BPS), das erste zuverlässige und valide Instrument zur Messung der Markenpersönlichkeit. Eine starke Markenpersönlichkeit zahlt sich für Unternehmen aus, da sie das Vertrauen und die Loyalität zur Marke steigert (Aaker, 1996). Die Ergebnisse sind jedoch nicht ohne weiteres auf andere Kulturräume möglich (Aaker et al., 2001). In der Folge wurden verschiedene kulturspezifische Instrumente entwickelt (z.B. Bosnjak et al., 2007, für den deutschsprachigen Raum und Marković et al., 2022, für den serbischen Sprachraum) ohne diese jedoch im direkten Vergleich mit der BPS zu testen.

Die vorliegende Arbeit zielt darauf ab, diese Forschungslücke zu schließen. Sie untersucht, ob kulturspezifische Dimensionen, erfasst mit dem Messinstrument von Bosnjak et al. (2007, MIBBH), die drei Marketingziele Markenloyalität, Markenzufriedenheit und Markenbindung deutscher Konsumenten (N = 169) bezüglich ihrer Smartphone-Marke besser vorhersagen können als die BPS von Aaker (1997). Hierzu wurden multiple lineare Regressionen durchgeführt und die Dimensionen der kulturspezifischen Markenpersönlichkeit (MIBBH) bzw. der nicht-kulturspezifischen Markenpersönlichkeit (BPS) als Prädiktoren genutzt, um die Varianz der abhängigen Variablen (Markenloyalität, -zufriedenheit und -bindung) zu erklären.

Überraschenderweise ergab sich, dass die mit dem MIBBH erhobenen kulturspezifischen Dimensionen keine bessere Vorhersage der psychografischen Marketingziele ermöglichten. Stattdessen zeigte sich, dass mit den nicht-kulturspezifischen Dimensionen der BPS sogar in zwei der drei Marketingziele (Markenloyalität und Markenbindung) eine höhere Varianzaufklärung erzielt werden konnte als mit dem MIBBH. Alle anderen Hypothesen zu den Zusammenhängen zwischen den drei untersuchten Marketingzielen und den 5 bzw. 4 Dimensionen der Markenpersönlichkeit (BPS bzw. MIBBH) konnten hingegen bestätigt werden.

Literatur:

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: *Free Press*.

Aaker, J. L., Benet-Martínez, V., & Garolera, J. (2001). Consumption symbols as carriers of culture: a study of Japanese and Spanish brand personality constructs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(3), 492–508. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.3.492>

Bosnjak, M., Bochmann, V., & Hufschmidt, T. (2007). Dimensions of brand personality attributions: A person-centric approach in the German cultural context. *Social Behavior and Personality*, 35(3), 303–316. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.3.303>

Marković, I., Rabasović, B., & Stojanović, N. (2022). The influence of the brand personality concept on consumer satisfaction and loyalty. *Management Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*.
<https://doi.org/10.7595/management.fon.2022.0001>

Virtual Reality in der Psychodiagnostik – Ergebnisse zweier Usabilitystudien

Persönlichkeitsdiagnostik erfolgt überwiegend fragebogenbasiert, womit zahlreiche bekannte Herausforderungen einhergehen (u.a. Verzerrungen, Verfälschungen durch faking good/bad, geringes Engagement, Motivationsverlust bei langen Inventaren). Gamification wird für Assessment Center und kognitive Tests als Lösungsansatz gegen Motivationsverlust und Steigerung des Engagements diskutiert. Potenzial bieten ggf. auch neuere technische Geräte, wie z.B. VR-Brillen. In diesen könnte Diagnostik spielerisch und immersiv stattfinden. Es stellt sich die Frage, ob es gelingt den deutschsprachigen Stärkenfragebogen der Positiven Psychologie Values in Action Inventory of Strength (VIA-IS) in eine VR-Umgebung zu transferieren und wie ein solcher psychodiagnostischer Ansatz von Nutzenden wahrgenommen wird. Explorativ soll diese Fragestellung erkundet werden.

In Kooperation mit der RWTH Aachen haben wir zwei Prototypen zur Diagnostik in VR entwickelt. Dafür wurde der VIA-IS mit 120 Fragen genutzt. Prototyp 1 orientiert sich am Spiel Beat-Saber, einem der meistverkauften Spiele für VR. Prototyp 2 baut auf den Usabilityerfahrungen auf und enthält veränderte Spielelemente und eine ruhigere Durchführungsumgebung. Ergebnisse der beiden Usabilitystudien werden in Bezug auf Durchführbarkeit, Treffsicherheit, Wohlbefinden und Spaß erleben berichtet (N=34 Studie 1, Studie 2 ist aktuell noch in der Auswertung). Implikationen für den Wert von Psychodiagnostik in VR werden abschließend abgeleitet und Ideen zur Optimierung des Ansatzes vorgestellt.

Kurz und gut? Vergleich der Wirksamkeit einer regulären Online-Stressmanagementintervention mit einer Kurzvariante

Theoretischer Hintergrund:

Stress stellt heutzutage aufgrund eines hektischen Lebensstils, beruflichem Druck und persönlichen Herausforderungen eine weitverbreitete gesundheitliche Belastung dar. Online-Interventionen zur Stressprävention sind wirksam (Johnson et al., 2020) und können viele Menschen erreichen, allerdings zeigen Studien eine hohe Abbruchrate (Kelders et al., 2012).

Fragestellung/Hypothesen:

Die Studie untersucht, ob eine Kurzversion des „Einfach weniger Stress“ (EWS)-Onlinekurses (in Anlehnung an Paulsen & Kortsch, 2020; Fasthoff et al., 2023) mit Fokus auf Ressourcenaktivierung vergleichbare Wirksamkeit wie der reguläre Gesamtkurs hat. Es werden verschiedene Stressindikatoren, Burnout, dysfunktionales Verhalten, Achtsamkeit, Resilienz und Job Crafting analysiert.

Methode:

In einer präregistrierten Studie mit N = 100 Teilnehmenden erhielten diese entweder die reguläre EWS-Intervention, eine gekürzte Version oder wurden in eine Wartekontrollgruppe eingeteilt. Daten wurden vor (T1), kurz nach (T2) und acht Wochen nach der Intervention (T3) über Online-Fragebögen erhoben. Eine Intention-to-treat- und eine Completer only-Analyse wurden durchgeführt.

Ergebnisse:

Die Ergebnisse zeigten signifikante Interaktionen zwischen Zeit und Gruppe für den Wissenszuwachs über Ressourcen und Stressoren. Die Zeit hatte Haupteffekte auf Stressempfinden, Wissenszuwachs über Stressoren und Wohlbefinden, unabhängig von der Gruppenzugehörigkeit. Die beiden Interventionsgruppen unterschieden sich nicht signifikant voneinander.

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis:

Die Ergebnisse legen nahe, dass sowohl die Lang- als auch die Kurzversion der Intervention ähnliche Wirkungen aufweisen. Allerdings deuten Veränderungen in der Kontrollgruppe darauf hin, dass schon das Ausfüllen eines Stressfragebogens als Intervention wirkt. Insgesamt bestätigen die Ergebnisse die positiven Effekte des EWS-Onlinekurses und zeigen, dass bereits eine gekürzte Version wirksam ist. Die Kurzversion kann somit eine Lösung gegen hohe Abbruchquoten sein.

Literatur:

Fasthoff, R., Nolte, L. & Kortsch, T. (2023). Effectiveness of digital and analog stress management interventions within occupational health management in the public sector. *Merits*, 3(4), 615-639. <https://doi.org/10.3390/merits3040037>

Johnson, R. D., Smith, L. M. & Brown, K. S. (2020). The effectiveness of online stress management courses: A meta-analysis. *Journal of Online Learning and Teaching*, 16(3), 99-117.

Kelders, S. M., Kok, R. N., Ossebaard, H. C., & Gemert-Pijnen, J. E. V. (2012). Persuasive System Design Does Matter: A Systematic Review of Adherence to Web-Based Interventions. *Journal of Medical Internet Research*, 14(6), e2104. <https://doi.org/10.2196/jmir.2104>

Paulsen, H. & Kortsch, T. (2020). Stressprävention in modernen Arbeitswelten: Das „Einfach weniger Stress“-Manual. Hogrefe

**Entwicklung einer didaktischen Intervention zum durchgängigen Aufbau von
Kommunikationskompetenzen für das Lernen und Arbeiten in einer digitalisierten
Wissensgesellschaft**

Theoretischer Hintergrund: Veränderungen in der Arbeits- und Gesellschaftswelt vollziehen sich sehr schnell und erfordern neue Lehr- bzw. Lernkonzepte und Kompetenzen sowohl im Bildungsbereich als auch in der Arbeitswelt). Durch die Digitalisierung entstehen neue Kommunikationswege und –formen, welche zielführend genutzt werden müssen. Beispiele sind neue Lern-, Arbeits- und Kollaborationsformen in Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und im Bildungswesen. Daraus entstehen neuartige Bedarfe, kommunikative Schnittstellen zu bedienen sowie neue Wege und Formen der (kollaborativen) Kommunikation gestalten zu können.

Fragestellung: Die Identifikation von Kommunikationsanforderungen und die Untersuchungen der erforderlichen Kommunikationskompetenzen sowie der Wirksamkeit der didaktischen Intervention erfolgt für ausgewählte digitale Kommunikationsarten in separaten Studien. Geklärt werden soll hierbei folgende Forschungsfrage: Welche Effekte hat eine didaktische Intervention auf den Aufbau von Kommunikationskompetenzen bei Studierenden, um den Wechsel zwischen individuellen und sozialen Lernszenarien zu erleichtern?

Untersuchungsdesign und Methode: Zur Entwicklung des Lern- und Arbeitsmodells verfolgt das Projekt einen Design-Based Research Ansatz, kombiniert wissens- und anwendungsorientierte Forschung in einem kontinuierlichen Zyklus von Design, Implementierung, Evaluation und Re-Design (Design-Based Research Collective, 2003). Darüber hinaus werden Methoden und Instrumente des User Experience (UX) Designs und Usability Engineering (DIN EN ISO 9241-210, 2010) verwendet. Anwender/innen werden zu einem frühen Stadium in den Entwicklungsprozess integriert und engagieren sich durch regelmäßiges Testen der Usability der Intervention mit Usability-Tests während der Implementierung.

Ergebnisse: Neben der allgemeinen Beschreibung der identifizierten Teilkompetenzen findet eine Aufstellung von Kompetenzdimensionen mit Beispielen für Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten statt sowie daraus abgeleitete Beispiele für unterschiedliche Kompetenzniveaus. 5 Diskussion + Implikationen für Forschung und Praxis Im Rahmen unseres (Entwicklungs-)Projektes sollen sowohl Potenziale als auch Grenzen der didaktischen Intervention als Lernwerkzeug bestimmt werden. Im Fokus der Studie steht hierbei die Umsetzbarkeit und Akzeptanz unter den Anwender/innen mit dem Ziel, Lernende langfristig durch geeignete Kommunikationskompetenzen kompetent im Umgang mit digitalen Arbeits-, Lehr- und Lernbedingungen zu machen.

Literatur:

- Design-Based Research Collective (2003). Design-Based-Research: An Emerging Paradigm for Educational Inquiry. *Educational Researcher*, 32/1, pp. 5-8, 2003.
- DIN EN ISO 9241-210 (2010). Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems, Available at: <https://www.iso.org/standard/77520.html>,
- Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero Gomez, S. & Van den Brande, L. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: the Conceptual Reference Model. https://www.researchgate.net/publication/303960042_DigComp_20_The_Digital_Competence_Framework_for_Citizens_Update_Phase_1_the_Conceptual_Reference_Model, letzter Zugriff: 12.10.2023.
- EU-Kommission (2020). Welche Kompetenzen sind in Zukunft gefragt? https://ec.europa.eu/info/education/skills-and-qualifications/what-skills-will-employers-be-looking_de, letzter Zugriff: 12.10.2023.

Extending the Link between Self-Leadership and Performance during Organizational Change - A Moderated Mediation Model

Employees in contemporary organizations are confronted with permanent change. Self-leadership is considered as meaningful job resource for employees to retain orientation and therefore contribute to a functioning organization especially during organizational change. Deriving from the self-determination theory at the workplace, self-leadership is assumed to strengthen extra-role performance through the satisfaction of the basic psychological needs (Deci et al., 2017). To shed light onto the relevance of self-leadership during organizational change, the self-regulatory process of self-leadership is investigated under consideration of employees' change fatigue. Change fatigue is conceptualized as a cognitive demand triggered by organizational change and assumed to have a negative relation to psychological need satisfaction (Bakker et al., 2023). Considering the conservation of resources theory it is suggested that self-leadership is more important for employees' psychological need satisfaction and extra-role performance if their change fatigue is high (Bakker & Demerouti, 2007; Hobfoll, 1989). Thus, the boost-hypothesis within the job demands-resources (JD-R) model adapted to the context of organizational change is tested. The results show that the relation between self-leadership and extra-role performance is partially mediated by psychological need satisfaction. In line with the assumptions within the JD-R model, change fatigue reduces psychological need satisfaction and moderates the relation between self-leadership and psychological need satisfaction. Additionally, change fatigue moderates the relation between self-leadership and extra-role performance. Both relations are stronger, if change fatigue is higher. The hypothesized model was tested using a two-wave study (n = 281) conducted in a German insurance company. A multiple regression analysis was employed using the PROCESS-package in R. This study provides support for the compensating properties of self-leadership as to the psychologically draining consequences of organizational change for employees.

References

- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: state of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. (2023). Job Demands–Resources Theory: Ten Years Later. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10(1), 25–53. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-053933>
- Deci, E. L., Olafsen, A. H., & Ryan, R. M. (2017). Self-Determination Theory in Work Organizations: The State of a Science. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 19–43. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113108>
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.44.3.513>

Selbstführungskompetenz und Studienerfolg: Sind „selbstführungskompetente“ Studierende erfolgreicher?

Aufgrund des Wandels in der Arbeitswelt sind Arbeitnehmer:innen vor neue Herausforderungen gestellt. Das Wegfallen von Hierarchien verlangt mehr Verantwortungsübernahme für das eigene Denken und Handeln, und Selbstführungskompetenz entwickelt sich zu einer entscheidenden Schlüsselkompetenz für das „New Normal“ des 21. Jahrhunderts (Neuhaus, 2020). Dies gilt nicht nur im beruflichen Kontext: Forschungsergebnisse legen dar, dass Selbstführungskompetenz die akademische Leistung bereits im Studium beeinflussen kann (Sajeevanie & Tharuka, 2022). Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Relevanz der Selbstführungskompetenz im Studium und deren Zusammenhänge zum Studienerfolg zu beleuchten.

Die theoretische Grundlage bildet das Konzept der Selbstführungskompetenz, das als selbstbeeinflussende und zielorientierte Lenkung der eigenen Gedanken und Verhaltensweisen definiert wird (Furtner & Baldegger, 2016). Die Studie stützt sich auf den FDSK zur Messung der Selbstführungskompetenz (Müller, 2018), welcher neben drei Facetten der psychischen Selbstführungskompetenz auch die physische Selbstführungskompetenz berücksichtigt, und operationalisiert den Studienerfolg anhand von Notendurchschnitt, durchgefallenen Prüfungen und Studienzufriedenheit.

Die sechs Hypothesen der Studie nehmen Unterschiede zwischen Studierenden mit unterschiedlicher Ausprägung der Selbstführungskompetenz in Bezug auf die verschiedenen Aspekte des Studienerfolgs an.

Die Ergebnisse der quantitativen Studie mit N=150 Studierenden unterstreichen auf Basis von Gruppenvergleichen (t-Tests und Mann-Whitney-U-Tests) die Bedeutung der psychischen Selbstführungskompetenz im Studium (signifikante Unterschiede bei Studienzufriedenheit und Notendurchschnitt) und geben unter anderem Aufschluss über die besondere Rolle der Willenskraft im Studium. Explorative Berechnungen beschäftigen sich mit weiteren möglichen Zusammenhangsfaktoren.

Die Studie bietet wertvolle Erkenntnisse für die Hochschulbildung und -forschung. Die Ergebnisse legen ein verstärktes Angebot von empirisch evaluierten Kursen zur Förderung der Selbstführungskompetenz im Studium nahe, um den Studienerfolg und die Zufriedenheit im Studium zu fördern.

Literatur:

- Furtner, M., & Baldegger, U. (2016). Self-Leadership und Führung: Theorien, Modelle und praktische Umsetzung. Wiesbaden: *Springer Gabler*. doi:DOI 10.1007/978-3-658-13045-9
- Müller, G. F. (2018). Landauer Selbstführungsanalyse (LASA) - Modul 1: Selbstführungstest: Fragebogen zur Diagnose individueller Selbstführungskompetenz (FDSK). Landau: Umbra.
- Neuhaus, M. (17. November 2020). What is self-leadership? Models, Theory, and Examples. Abgerufen am 21. August 2023 von PositivePsychology.com: https://positivepsychology.com/self-leadership/?utm_content=cmp-true
- Sajeevanie, T. L., & Tharuka, W. M. (2022). Impact of Strategic Self-Management Practices on Academic Success with the Moderating Effects of Self-Leadership and Time Management Practices: A StudyBased on Management Undergraduates of the Selected State Universities in Sri Lanka. *Wayamba Journal of Management*, 13(2), 38-59.

Lukenda, Kimberly (1); Sülzenbrück, Sandra (2); Sutter, Christine (1)

1: Deutsche Hochschule der Polizei, Münster; 2: FOM Hochschule für Ökonomie und Management, Dortmund

Expressives Schreiben als Bewältigungsmethode gegen Arbeitsstress: Eine experimentelle Studie

Das Forschungsreferat bietet einen Einblick in unser Forschungsprogramm mit dem Thema "Expressives Schreiben als Bewältigungsmethode gegen Arbeitsstress". Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Darstellung unserer experimentellen Methodik und den erzielten Ergebnissen. Expressives Schreiben wurde ursprünglich in klinischen Kontexten entwickelt und umfasst eine strukturierte schriftliche Schreibübung zur Offenlegung von persönlichen Gedanken und Empfindungen über mehrere Schreibsitzungen hinweg. Unsere Untersuchung umfasst ein 3x3-Mixed-Design, indem die Effektivität der Intervention an 62 Beschäftigten untersucht wurde. Die zentralen abhängigen Variablen bezogen sich dabei auf Arbeitsstress assoziiert Konstrukte, wie z. B. Burnout, und Einstellungen (z. B. Arbeitszufriedenheit) und Motivation (z. B. Work Engagement) gegenüber dem Arbeitgeber. Unsere Hauptidee stellt einen signifikanten, geschlechtsspezifischen Effekt des expressiven Schreibens auf die Reduzierung der Burnout-Dimension Erschöpfung dar. Männer in der experimental Gruppe reduzierten Ihre Erschöpfung signifikant. Im Gegensatz dazu zeigten Frauen in der Vergleichsgruppe erhöhte Erschöpfungswerte, was auf eine mögliche präventive und reduzierende Wirkung hinweisen könnte. Trotz Einschränkungen wie potenzielle Störfaktoren (z. B. Studiendauer, Ausgangsniveau des Stresses und verfügbare Ressourcen) stellt unsere Forschung eins der ersten Experimente dar, die einen signifikanten Zusammenhang zwischen expressiven Schreiben und einer Burnout Dimension. Zukünftige Forschung sollte die gezielte Auswahl von Teilnehmern mit höherem Arbeitsstress als Zielgruppe für den Eingriff in Betracht ziehen und diese Limitationen berücksichtigen. Innerhalb unseres Forschungsprogramm adressieren wir in aktueller Forschung die genannten schwächen. Hier wird ebenfalls ein kleiner Ausblick im Forschungsreferat gegeben.

Digitale Lernwerkstatt als Konzept zur Förderung der digitalen Medienkompetenzen älterer Menschen. Eine qualitative und quantitative Evaluationsstudie

Das BMBF-geförderte Forschungsprojekt DigiKomS konzentriert sich auf die digitale Bildung von Menschen über 70 Jahren in Deutschland zur Erweiterung ihrer sozialen Teilhabe, Abwendung von Vereinsamung, aber auch zur Stärkung ihrer Möglichkeiten der Teilhabe am wirtschaftlichen und kulturellen Leben. Ziel war die Schaffung einer digitalen Lernwerkstatt für Senior*innen zur Förderung ihrer digitalen Kompetenzen und ihrer Absicht, digitale Medien (verstärkter) zu nutzen. Diese entstand auf der Basis etablierter pädagogischer Konzepte sowie Theorien, Modelle und empirischer Befunde aus der Wirtschafts-, Medien- und Sozialpsychologie und wurde anschließend formativ und summativ evaluiert.

Die formative Evaluation mit dem Ziel der Programmoptimierung und Implementationskontrolle erfolgte quantitativ und qualitativ mit N=55 an der Lernwerkstatt teilnehmenden Senior*innen und N=10 Lernbegleiter*innen. Verbesserungen in digitalen Kompetenzen und die Reduktion von Ängsten im Umgang mit digitalen Medien zeigten sich hier bereits. Anpassungen zur Konzeptverbesserung wurden vorgenommen. Die summative Evaluation danach konnte mittels quantitativer Prä-Post-Untersuchung mit N=77 Teilnehmer*innen die Wirksamkeit der DigiKomS-Lernwerkstatt belegen, u.a. anhand signifikanter Verbesserungen bei Einstellungen, Kompetenzen, Selbstwirksamkeit und Ängsten im Umgang mit digitalen Medien. Zudem zeigten qualitative Interviews (N=20 Teilnehmende, N=10 Lernbegleiter*innen) weitere positive Wirkungen auf die erlebte soziale Teilhabe, aber auch einige negative Seiten der digitalen Lernwerkstatt und Ansätze zur Optimierung.

Die digitale Lernwerkstatt kann damit als ein mögliches wirksames Konzept zur Förderung der digitalen Medienkompetenz und des Mediennutzungsverhaltens für Ältere betrachtet werden. Stärken und Schwächen dieses Konzepts in der praktischen Anwendung sowie Implikationen zur gezielten Weiterentwicklung werden im Beitrag herausgestellt. Zudem werden wichtige wirtschaftspsychologische Implikationen aus der Förderung der digitalen Mediennutzung bei Älteren abgeleitet.

Mertin, Inga (1); Holtmeier, Stephan (2); Richter, Gerald (3); van den Woldenberg, Julia (4)
1: Hochschule des Bundes für öffentliche Verwaltung, Brühl; 2: Crews & Captains GmbH, Köln;
3: Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Frankfurt; 4: INVERTO, a BCG Company,
Köln

Feedbackinstrumente in öffentlicher Verwaltung vs. Privatwirtschaft: Ergebnisse einer Trendstudie

In der heutigen Arbeitswelt spielt strukturiertes und konstruktives Feedback eine wichtige Rolle, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund seltenerer persönlicher Kontaktpunkte aufgrund von Homeoffice und virtuell zusammenarbeitender Teams. Die Instrumente reichen vom klassischen Mitarbeitergespräch über immer verfügbare digitale Rückmeldekanäle bis hin zum etablierten 360-Grad Feedback. In der Praxis variieren die Instrumente zum Teil stark in Ausgestaltung, Zielsetzung, Prozess und Zielgruppe. Während die Verbreitung und Ausgestaltung in vor allem englischsprachigen Ländern bereits mehrfach erfasst wurde, gibt es bislang kaum Forschungsergebnisse, die sich mit der Verwendung von Feedbacktools in Deutschland befassen. Die vorgestellte Trendstudie leistet einen Beitrag, diese Lücke zu schließen. Der Vortrag richtet dabei den Fokus auf den Vergleich des öffentlichen Dienstes mit der freien Wirtschaft.

2023 wurden Mitglieder der Leitung, Beschäftigte der Personalabteilungen sowie kundige externe Berater von verschiedenen Organisationen aus freier Wirtschaft (N = 132) und öffentlichem Dienst (N = 24) befragt. Es zeigt sich unter anderem, dass im öffentlichen Dienst ähnlich häufig Feedbackgespräche institutionalisiert durchgeführt werden, der Einsatz von digitalen Feedbacktools jedoch vergleichsweise gering ausfällt. Der Einsatz ist zudem vor allem Führungskräften vorbehalten wohingegen in der Privatwirtschaft eine größere Einsatzbreite festzustellen ist. Hervorhebenswert sind weiterhin eine deutlich geringere Frequenz der Durchführung sowie eine niedrigere potenzielle Weiterempfehlungsquote (Net Promoter Score) der jeweils eingesetzten Tools. Die vorgestellten Ergebnisse aus 2023 werden punktuell denen des ersten Erhebungszeitpunkts der Trendstudie 2020 gegenübergestellt, Empfehlungen zum praktischen Einsatz werden abgeleitet.

Literatur:

- Rose, D. S. & Biringer, J. C. (2022). Current Practices in 360 Feedback (7th Edition). 3D Group.
- Sleiman, A. A., Sigurjonsdottir, S., Elnes, A., Gage, N. A., & Gravina, N. E. (2020). A Quantitative Review of Performance Feedback in Organizational Settings (1998-2018). *Journal of Organizational Behavior Management*, 40(3-4), 303–332.
- Smither, J. W., London, M., & Reilly, R. R. (2005). Does performance improve following multisource feedback? A theoretical model, meta-analysis, and review of empirical findings. *Personnel Psychology*, 58(1), 33–66.
- Tagliabue, M., Sigurjonsdottir, S. S., & Sandaker, I. (2020). The effects of performance feedback on organizational citizenship behaviour: A systematic review and meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(6), 841–861.

**Der Einfluss von Gesundheitsorientierung und Produktmerkmalen auf das Konsumverhalten
hinsichtlich der mit dem Nutri-Score gekennzeichneten Produkte**

Aufgrund des weltweiten Anstiegs ernährungsbedingter Krankheiten der letzten Jahre sind verschiedene Strategien entwickelt worden, um die Lebensmittelwahl positiv zu beeinflussen. Eine Maßnahme ist die Einführung der Nutri-Score-Kennzeichnung als relative Nährwertangabe auf der Vorderseite verpackter Lebensmittel. Damit soll den Konsumierenden ein Vergleich zwischen Produkten anhand ihres ernährungsphysiologischen Werts ermöglicht werden. Wie sich die persönliche Gesundheitsorientierung und die Beachtung der Produktmerkmale auf die Konsumententscheidungen in Bezug auf den Nutri-Score auswirken, ist bislang nicht erschlossen. Daher befasste sich die Bachelorarbeit mit dem Einfluss des Gesundheitsbewusstseins, der Produktinformationswichtigkeit und der Relevanz des Preis-Leistungs-Verhältnisses auf das Konsumverhalten hinsichtlich der mit dem Nutri-Score gekennzeichneten Produkte. Hierfür ist eine quantitative, nicht-experimentelle Querschnittsstudie durchgeführt worden, um die aufgestellten Hypothesen zu prüfen. Die verwendete Primäranalyse mithilfe eines Online-Fragebogens über Unipark diente dabei der Erhebung. Die Daten der 165 Personen, die aufgrund der Beachtung des Stimulus in die Auswertung mit einbezogen werden konnten, wurden mit einer multiplen Regressionsanalyse in SPSS analysiert. Daraus hat sich ergeben, dass insbesondere das Gesundheitsbewusstsein einen starken Einfluss auf das Konsumverhalten hinsichtlich der mit dem Nutri-Score gekennzeichneten Produkte hat. Gesundheitsbewusste Konsumierende wählen eher ein Lebensmittel mit einem positiveren Nutri-Score, auch wenn dieses einen höheren Preis hat. Im Gesamten liegt eine Präferenz hinsichtlich des gesünderen, aber teureren Produkts vor. Dennoch hat sich für die Wichtigkeit der Produktinformationen und des Preis-Leistungs-Verhältnisses trotz der Relevanz für die Konsumierenden kein signifikanter Zusammenhang nachweisen lassen. Daher dienen die Produktmerkmale nur bedingt zur Vorhersage der Produktwahl hinsichtlich des Nutri-Scores. In diesem Bereich sollten spezifischere Studien ansetzen, um die Wirkweisen genauer zu erforschen.

Was ist komplex an komplexen soziotechnischen Systemen?

Komplexität ist eine zentrale Herausforderung im Kontext von Arbeit und Arbeitsforschung, beispielsweise für Arbeitssicherheit (z.B. Perrow, 1984) oder Patientensicherheit in der Medizin (z.B. Woods & Cook, 2001). So zeigte die Session „Aktuelle Ansätze zur Analyse komplexer sozio-technischer Systeme“ auf der Frühjahrskonferenz der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft 2022 die Lebendigkeit und Vielfalt des sozio-technischen Systemansatzes in der Arbeitsforschung auf (Mühlbradt, Shajek & Hartmann, 2022). Allerdings wurde das zentrale Konzept „Komplexität“ dabei nicht explizit und eingehend reflektiert. Ein fundiertes Verständnis des Begriffes ist aber wesentlich für Theorie und Praxis. Mühlbradt, Speer & Schröder (2023) zeigen die Problematik unscharfer Begrifflichkeit zur Komplexität auf und versuchen eine begriffliche Aufarbeitung. In Weiterführung dieser Arbeit wird im vorliegenden Beitrag eine Begriffsbestimmung für komplexe sozio-technische Systeme vorgelegt. Der Vorschlag fußt wesentlich auf kognitionspsychologischen Arbeiten und der Systemtheorie. Aufbauend darauf sind Konsequenzen für Kultur und Methodik in drei Handlungsfeldern notwendig, die sowohl Wissenschaft als auch Praxis betreffen. Diese Handlungsfelder sind die Beobachtung und die Steuerung komplexer sozio-technischer Systeme sowie die Intervention in komplexe sozio-technische Systeme. Jedes der drei Handlungsfelder wird kurz dargestellt und es werden Ansätze diskutiert, welche dezidiert auf die Anforderungen aus Komplexität ausgerichtet sind (Speer et al., 2023, 2024; Mühlbradt & Unger, im Druck).

Psychologische Verträge in Organisationen – Wie Führung Fluktuation senken kann

Relevanz & Hintergrund: In Deutschland möchte jeder dritte Arbeitnehmende kündigen und weltweit hat mehr als jede fünfte Person Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz erfahren*. Einen Erklärungsansatz hierfür liefert das Konzept des psychologischen Vertrages. Psycholog. Verträge beschreiben die individuelle Wahrnehmung der Bedingungen einer Austauschbeziehung und haben Auswirkung auf die Einstellung u. das Verhalten von Mitarbeitenden. Die Verletzung der psycholog. Verträge von Mitarbeitenden kann kontraproduktives Verhalten auslösen oder zur Kündigung führen. Die Führungskraft gilt als wichtigster Repräsentant der Organisation im psycholog. Vertragsverhältnis, weshalb sich die Frage stellt, welche Rolle das Führungsverhalten im Kontext des psycholog. Vertrages spielt.

Fragestellung & Methodik: Die Studie betrachtet den Einfluss des transformationalen Führungsstils auf den Zusammenhang zwischen einer psycholog. Vertragsverletzung u. den daraus resultierenden Reaktionen des kontraproduktiven Verhaltens (aktiv, destruktiv) u. der Kündigungsabsicht (passiv, destruktiv). Es wurde angenommen, dass der transformationale Ansatz in Abhängigkeit der Vertragsart u. Reaktionsform unterschiedlich wirkt. Bei einer relationalen psycholog. Vertragsverletzung wird eine verstärkte Wirkung auf kontraproduktive Verhaltensweisen des Mitarbeitenden angenommen (verstärkende Enttäuschungswirkung). Besteht hingegen eine transaktionale Vertragsverletzung, geht das zweite Modell davon aus, dass die transformat. Führung eine verminderte Wirkung auf die Kündigungsabsicht hat (Buffereffekt). Die Daten wurden mit einem Onlinefragebogen erhoben (= 243 beschäftigte Personen), die Hypothesenprüfung erfolgte mithilfe von Moderationsanalysen.

Ergebnisse & Implikation: Die Ergebnisse zeigen keinen signifikanten Einfluss der transformat. Führung auf das kontraproduktive Verhalten gegenüber anderen Personen oder der Organisation als Reaktion auf die Verletzung eines relationalen psycholog. Vertrages. Die Kündigungsabsicht als Reaktion auf eine transaktionale Vertragsverletzung kann hingegen durch den transformat. Führungsstil reduziert werden. Die Studie unterstreicht die Kontextabhängigkeit des Führungserfolges und zeigt die Möglichkeiten u. Grenzen des transformat. Führungsstils im Rahmen von psycholog. Verträgen auf.

Literatur:

Bass, B. M. / Avolio, B. J. (1990). Developing Transformational Leadership: 1992 and Beyond. *Journal of European Industrial Training*, 14(5), S. 21-27.

Botha, L. / Steyn, R. (2023). Employee voice as a behavioural response to psychological contract breach: The moderating effect of leadership style. *Cogent Business & Management*, 10(1), S. 1-23.

Raeder, S. / Grote, G (2012). Der psychologische Vertrag. Göttingen: *Hogrefe Verlag*.

Rousseau, D. M. (1995). Psychological Contracts in Organizations. Understanding Written and Unwritten Agreements. Thousand Oaks: *SAGE Publications*.

* Kirchherr, J. (2022). McKinsey-Umfrage: Ein Drittel der Beschäftigten denkt an Kündigung, <https://www.mckinsey.de/news/presse/2022-12-21-great-attribution-deutschland>;
Niederfranke, A. (2023). Erste globale Daten über Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz. *DGUV Forum*, 3, S. 34-38.

Müller, Patrick (1); Heubuch, Alexandra (2)

1: Hochschule für Technik Stuttgart, Deutschland; 2: Abacus Umantis AG

Wie erleben Mitarbeitende die Implementierung und Arbeit mit OKR?

Objectives and Key Results (OKR) werden von immer mehr Unternehmen als Methode zur Steuerung der strategischen und operativen Zielerreichung eingesetzt. Die Forschung zu diesem Thema konzentriert sich bisher weitgehend auf den strategischen Nutzen der Methode und die erfolgreiche Implementierung in Unternehmen. In der hier vorgestellten Serie von Befragungen von Beschäftigten in Deutschland und Europa wurde untersucht, wie Beschäftigte die Umsetzung und die Arbeit mit OKR wahrnehmen. Es zeigte sich, dass Mitarbeitende in Unternehmen, die OKR einsetzten, unter anderem die Agilität ihres Unternehmens höher einschätzten als Mitarbeitende in Unternehmen, die OKR nicht einsetzten. Auch die Nachvollziehbarkeit und Umsetzung der Unternehmensstrategie wurde höher eingeschätzt. Gleiches gilt für den allgemeinen Unternehmenserfolg und die Unternehmenskultur sowie die Zufriedenheit mit der Arbeit im Team und mit dem Gesamtunternehmen. Auf Basis der qualitativen und quantitativen Ergebnisse der Studien werden Umsetzungsempfehlungen und ein Ausblick auf zukünftige Forschungslinien gegeben.

Hybrides Arbeiten als Erfolgsfaktor im Employer Branding

Seit der Corona-Pandemie hat hybrides Arbeiten in vielen Unternehmen an Bedeutung gewonnen (Appel-Meulenbroeck et al. 2022). Kugler und Neumüller (2022) definieren hybrides Arbeiten als ein flexibles Arbeitsmodell, das im Vergleich zum klassischen Arbeitsmodell der zeitlich und örtlich festgelegten Präsenzarbeit mehr Autonomie in der Ausgestaltung der Erwerbsarbeit erlaubt. Hybrides Arbeiten kann vor allem in Berufsfeldern realisiert werden, die informationsbezogene Tätigkeiten beinhalten und vorrangig auf den Erwerb bzw. auf die Anwendung von Wissen abzielen (Arlinghaus 2017).

Hierbei gilt es, zu bedenken, dass die Wünsche zur Ausgestaltung der hybriden Erwerbsarbeit variieren (Bloom 2021). Es wird deutlich, dass verschiedene Persönlichkeitsprofile unterschiedlich mit hybridem Arbeiten umgehen. Pfnür et al. (2021) zeigen anhand des Big-Five-Modells, dass Menschen mit einer ausgeprägten Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit zufriedener und produktiver im Homeoffice sind. Dagegen profitieren aufgeschlossene Menschen, die einen Wunsch nach Geselligkeit haben und gleichzeitig eine Tendenz zu emotionaler Labilität aufweisen, nicht vom Homeoffice (Pfnür et al. 2021).

Durch den demografischen Wandel und den sich daraus ergebenden Fachkräftemangel verschiebt sich das Machtverhältnis auf dem Arbeitsmarkt zunehmend in Richtung der Beschäftigten (Baumgartl 2019). Dabei wird sowohl das Finden der Right Potentials als auch das Binden bestehender Beschäftigter immer wichtiger (Nelke und Fischer 2018).

Gerade Beschäftigte der jungen Generationen wählen ihre Arbeitgeber oft auch nach der Möglichkeit zu hybridem Arbeiten aus. Damit wird hybrides Arbeiten zu einem Erfolgsfaktor im Employer Branding.

Dieses Paper zeigt den Zusammenhang von hybridem Arbeiten und Arbeitgebermarke anhand eines Startups aus der Gesundheitsbranche und verdeutlicht die Wichtigkeit, flexibel auf die individuellen Wünsche der Beschäftigten einzugehen.

Literatur:

Appel-Meulenbroeck, R. et al. (2022). How to attract employees back to office? *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 81, June 2022, 101784.

Arlinghaus, A. (2017). Wissensarbeit. Aktuelle arbeitswissenschaftliche Ergebnisse. *Hans-Böckler-Stiftung*, Düsseldorf

Baumgartl, C. (2019). Employer Brand Experience. Theoretische Grundlagen und empirische Erkenntnisse zum Erleben der Arbeitgebermarke von Mitarbeitern. *Verlag Dr. Kovac, Hamburg*.

Bloom, N. (2021). Hybrid is the Future of Work. *Stanford Institute for Economic Policy Research*.

Kugler, P., Neumüller, K. (2022). Werden wir morgen noch im Büro arbeiten? In: Cloots, A. (2022). *Hybride Arbeitsgestaltung. Herausforderungen und Chancen*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Nelke, A., Fischer, M. (2018). 30 Minuten Employer Branding. *Gabal Verlag, Offenbach*.

Zusammenhänge von berufsbezogenen Persönlichkeitseigenschaften mit Präferenzen für Arbeitsbedingungen

In der bisherigen arbeits- und organisationspsychologischen Forschung stand bei der Untersuchung von Persönlichkeitseigenschaften zumeist die Perspektive von Unternehmen und Organisationen im Vordergrund. In der Praxis werden Persönlichkeitsfragebögen in der Regel genutzt, um Bewerbende und Mitarbeitende hinsichtlich ihrer Passung zu einer bestimmten Position oder ihrer Entwicklungsbedarfe zu beleuchten. In dieser Studie richtet sich die Erforschung von Persönlichkeitseigenschaften hingegen auf den Nutzen und die Belange von Beschäftigten. Unter Bezugnahme auf das Job Demands-Resources Modell (Bakker & Demerouti, 2007) wurde untersucht, ob Persönlichkeitseigenschaften im Zusammenhang mit unterschiedlichen Präferenzen für verschiedene Arbeitsbedingungen stehen, die sich positiv auf die Motivation und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden auswirken. Die Arbeitsbedingungen wurden auf die Themengebiete Autonomie, Feedback, Wachstum, Zusammenarbeit und Verbundenheit mit der Führungskraft eingegrenzt, da Führungskräften hier ausreichenden Handlungsspielraum haben und die Rahmenbedingungen selbst gestalten können. Im Rahmen eines korrelativen Querschnittsdesigns wurden abhängig Beschäftigte mit mindestens zweijähriger Berufserfahrung mittels eines Online-Fragebogen zu ihrer berufsbezogenen Persönlichkeit (begründet auf Big Five und Dunkler Triade), ihren Präferenzen für Arbeitsbedingungen und verschiedenen demografischen Daten befragt. Der Stichprobenumfang für die Hypothesentestung betrug 236 Personen. Die Hypothesen wurden teilweise bestätigt, die stärksten signifikanten Zusammenhänge mit Präferenzen zeigten sich für Teamorientierung und Veränderungsorientierung. Die Ergebnisse werden im Hinblick auf weitere Forschungsbedarfe und Implikationen für die Praxis diskutiert. Hinsichtlich des Fachkräftemangels werden auch die Bedeutsamkeit und der Nutzen der Ergebnisse für die Themen Arbeitgeberattraktivität und Matching beleuchtet.

Multisensorisches Personalmarketing: Der Ton macht die Musik – der Einfluss von Hintergrundmusik bei Stellenanzeigen auf die Wahrnehmung der Arbeitgeberattraktivität

Multisensorische Reize können Konsumierende in ihrem Verhalten und bei ihren Bewertungen beeinflussen. Viele Unternehmen berücksichtigen daher die Ansprache mehrerer Sinne im Konsumgütermarketing oder bei der Produktgestaltung, da die multisensorische Ansprache oftmals positive Effekte, z. B. auf die Kaufentscheidung, mit sich bringt. Neben dem Konsumgütermarketing gewinnt jedoch seit Jahren der Bereich des Personalmarketings immens an Bedeutung. Der anhaltende Fachkräftemangel verstärkt den Wettkampf um die bestausgebildeten Mitarbeitenden, welche sich heutzutage ihren Arbeitgeber aussuchen können. Daher ist es für Unternehmen von großem Interesse, das eigene Personalmarketing so zu optimieren und zu gestalten, dass die eigene Arbeitgebermarke als attraktiv von potenziellen Bewerbenden wahrgenommen wird. Aus diesem Grund untersucht die vorliegende Studie die Annahme, dass Hintergrundmusik bei Stellenanzeigen als multisensorisches Stilmittel die Wahrnehmung der Arbeitgeberattraktivität positiv beeinflusst. Randomisiert wurden die 180 Teilnehmenden entweder der Experimentalgruppe mit Hintergrundmusik oder der Kontrollgruppe ohne Hintergrundmusik zugeordnet. Beide Gruppen beurteilten anschließend die Arbeitgeberattraktivität. Wie erwartet, fiel die Arbeitgeberattraktivität signifikant positiver aus, wenn die Stellenanzeige Hintergrundmusik verwendete. Die Ergebnisse aus dem Experiment könnten Unternehmen dabei unterstützen, in Zeiten des Fachkräftemangels, Bewerbende wirksam auf sich aufmerksam zu machen. Zudem soll die vorliegende Studie durch die Übertragung der multisensorischen Wirkungsmechanismen auf das Personalmarketing einen neuen Beitrag zur aktuellen Forschung leisten und weitere Forschungsvorhaben anregen. Zukünftige Forschungen sollten sich auf einen größeren Teilnehmerkreis fokussieren, um repräsentativere Ergebnisse zu generieren. Weiterhin ist eine Variation der eingesetzten Akustik als Stimulus für zukünftige Forschungen von Interesse.

Cleaning Rebels oder einfache Sauberkeit? Analytische Zugänge zu Bildwelten durch angewandte Semiotik

Statische und Bewegtbilder haben durch die Verwendung von Social Media immens an Bedeutung gewonnen, sowohl im Kontext von (Digital) Marketing als auch HR. Die Kommunikation innovativer Produkte und Services, Stellenausschreibungen, Employer Branding und die Unternehmenskommunikation auf Plattformen wie Xing oder LinkedIn werden immer stärker von Bildwelten bestimmt (Mikos & Rihl, 2020).

Das Repertoire psychologischer Analysemethoden beschränkt sich meist auf den Einsatz der visuellen Inhaltsanalyse, was mit bedeutsamen Limitationen einhergeht (Geise, 2019, Grittmann, 2019, Pelkey, 2020). Unterschiedliche Bedeutungsebene visueller Codes erschließen sich im empirischen Prozess quantifizierbarer Kategorisierung nur ansatzweise. Semiotische Theorien und Methoden halten deswegen zunehmend Eingang in die Praxis der psychologischen Markt- und Marketingforschung. In das Curriculum wirtschaftspsychologischer Studiengänge haben sie bislang jedoch selten Einzug gehalten.

In diesem Beitrag sollen deswegen die Grundprinzipien der semiotischen Analyse anhand von Praxisbeispielen aus semiotischen Studien vorgestellt werden. Die anschaulichen Beispiele aus der Forschung umfassen dabei die semiotische Analyse von dem Markenattribut „Natürlichkeit“ sowie unterschiedlicher Varianten von Packdesigns einer Line Extension im Bereich nachhaltiger Reinigungsprodukte. Im Anschluss sollen Ähnlichkeiten und Unterschiede von der visuellen Inhaltsanalyse und Semiotik gemeinsam diskutiert werden.

References:

- Geise, S. (2019). Methoden der Bildrezeptions- und Bildwirkungsforschung. *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*, 571-596.
- Grittmann, E. (2019). Methoden der Medienbildanalyse in der Visuellen Kommunikationsforschung: Ein Überblick. *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*, 527-546.
- Mikos, L. & Rihl, A. (2020). Bewegtbildnutzung im Wandel. *Handbuch Medienökonomie*, 1165-1182.
- Pelkey, J. (2020). Researching visual semiotics online. *TECCOGS: Revista Digital de Tecnologías Cognitivas*, 21(1), 116-45.

Eine Untersuchung der Einstellung zu nachhaltiger Ernährung auf Basis der Theorie des geplanten Verhaltens

Der Klimawandel und daraus resultierende Umweltschädigungen gehören zu den wichtigsten Themen der heutigen Zeit. Durch umweltschonende Maßnahmen in der Landwirtschaft und nachhaltige Konsumententscheidungen gilt es diese Auswirkungen einzudämmen. Dabei ist es wichtig, den individuellen ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Laut Empfehlung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (2021a) ist hier eine nachhaltige Ernährung unter Betrachtung der Dimensionen Ökologie, Regionalität und Saisonalität von Bedeutung. Die vorliegende Arbeit beantwortet die Frage, welche Faktoren die Intention, eine nachhaltige Ernährung in den nächsten 12 Monaten umzusetzen, beeinflussen. Gegenstand sind individuelle Konsumententscheidungen von in Deutschland lebenden Erwachsenen, bezogen auf frisches Obst und Gemüse. Zur Erfassung dieser wurde das Modell der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991) durch die Differenzierung der altruistischen und egoistischen Einstellung sowie injunktiven und deskriptiven Norm ergänzt. Darüber hinaus fand eine Erweiterung durch Hinzunahme des bisherigen Verhaltens statt. Auf Basis eines Online-Fragebogens (N = 167) wurden die Korrelationen der Konstrukte betrachtet und eine multiple Regression mit den sechs Prädiktoren berechnet. Die Ergebnisse zeigen, dass das bisherige Verhalten, die wahrgenommene Verhaltenskontrolle, egoistische Einstellung und injunktive Norm signifikante Prädiktoren der Intention zu nachhaltiger Ernährung sind. Die altruistische Einstellung und deskriptive Norm wiesen keinen signifikanten Effekt auf, wobei letzteres der Methodik geschuldet war. Praxisorientierte Handlungsempfehlungen sind deshalb ökologisches, regionales und saisonales Obst und Gemüse vor allem in Supermärkten und Discounter zu Verfügung zu stellen und sichtbar zu platzieren. Darüber hinaus kann durch Werbemaßnahmen auf deren persönlichen Nutzen für das Individuum verwiesen und die Nachfrage durch Empfehlungsmarketing ausgeweitet werden.

Unterschiede im Führungsverhalten von Männern und Frauen: Fakt oder Artefakt? Zwei experimentelle Studien

Metaanalytische Untersuchungen belegen, dass Frauen und Männer unterschiedliche Führungsstile und Führungsverhalten zeigen (Eagly, Johannesen-Schmidt & van Engen, 2003). Gleichzeitig wissen wir jedoch auch, dass Männern und Frauen aufgrund geschlechtsspezifischer Stereotypen unterschiedliche Eigenschaften und Interessen zugeschrieben werden (z.B. Ellemers, 2018).

Daher stellen wir die Frage, ob es sich bei den in der Führungsstilforschung gefundenen Unterschieden um echte, tatsächlich existierende Unterschiede handelt oder ob sich diese durch geschlechtsstereotype Vorstellungen und Vorurteile erklären lassen. Unsere Hypothese ist, dass Männern und Frauen nicht nur unterschiedliche Eigenschaften zugeschrieben werden, sondern auch unterschiedliches Führungsverhalten.

Zur Überprüfung wurde ein Experiment entwickelt, das ähnlich in der Forschung zu geschlechtsstereotypen Eigenschaften genutzt wird. Dabei erhielten die Versuchspersonen (N = 72) die Stellenausschreibung für die Filialleitung (m/w/d) eines Lebensmittelmarktes sowie entweder drei Lebensläufe von Männern oder von Frauen. Unter jedem Bewerbungsprofil befand sich eine Liste mit Verhaltensweisen (drei bis sechs pro Führungsstil), wie sie in Fragebögen zur Beurteilung des Führungsstils (z.B. Felfe, 2006; Heinitz, 2006) genutzt werden. Die Versuchspersonen mussten für jedes Bewerbungsprofil angeben, wie häufig die aufgeführten Verhaltensweisen im Führungsalltag von den jeweiligen Bewerbern und Bewerberinnen gezeigt werden würden.

Wie erwartet wurde den „weiblichen“ Bewerbungsprofilen eine höhere Mitarbeiterorientierung und den „männlichen“ Bewerbungsprofilen ein stärker transaktionaler Führungsstil zugeschrieben. Bezüglich aufgabenorientierten und transformationalen Führungsstils zeigten sich keine Unterschiede.

Die Ergebnisse sind geeignet, etablierte Befunde der Führungsstilforschung zu Geschlechtsunterschieden in Frage zu stellen. Daher werden aktuell verschiedene Experimente zur Replikation der Ergebnisse durchgeführt. Anders als in dieser Untersuchung wird dabei auf Material zurückgegriffen, das konkrete Verhaltensbeschreibungen enthält (z.B. Assessment-Center-Gutachten, Arbeitszeugnisse).

Literatur:

- Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. L. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129, 569-591. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.4.569>
- Ellemers, N. (2018). Gender Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275-298. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011719>
- Felfe, J. (2006). Validierung einer deutschen Version des "Multifactor Leadership Questionnaire" (MLQ Form 5 X Short) von Bass und Avolio (1995). *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, 50(2), 61-78. <https://doi.org/10.1026/0932-4089.50.2.61>
- Heinitz, K. (2006). Assessing the validity of the Multifactor Leadership Questionnaire - Discussing new approaches to leadership [Dissertation, Freie Universität Berlin]. <https://doi.org/10.17169/refubium-12614>

Nachhaltigkeitsaspekte bei der Flugreiseplanung: Eine Untersuchung mithilfe der Theory of Planned Behavior

Fliegen ist die umweltschädlichste Art des Reisens. Trotzdem steigen die Passagierzahlen weltweit kontinuierlich an. Studien zeigen, dass Reisenden die Klimaschädlichkeit des Fliegens durchaus bewusst ist. Wir haben unter Anwendung der Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991; La Barbera & Ajzen, 2021) untersucht, welche Faktoren die Intention beeinflussen, bei Flugreiseplanungen auf Nachhaltigkeit zu achten.

Dazu haben wir einen Fragebogen entwickelt, der die Einstellung, die subjektive Norm und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle sowie die Intention zu nachhaltigem Fliegen erfasst. Zusätzlich haben wir das Flugreiseverhalten in den letzten fünf Jahren abgefragt. Die Stichprobe der Onlinebefragung bestand aus 117 Personen mit Flugerfahrung. Die Ergebnisse zeigen, dass sämtliche Faktoren der Theory of Planned Behavior signifikant die Intention vorhersagen, bei Flugreisen verstärkt auf Nachhaltigkeit zu achten (korr. $R^2 = .78$, $p < .001$). Zusätzlich kann der theoretisch postulierte Moderationseffekt der Verhaltenskontrolle zwischen Einstellung und Intention nachgewiesen werden, der zu einer signifikanten Erhöhung der Varianzaufklärung beiträgt. Menschen, die den Eindruck haben, dass es leicht ist, bei Flugbuchungen auf Nachhaltigkeit zu achten, beabsichtigen dies auch dann, wenn ihre Einstellung zu Nachhaltigkeit eher negativ ist. Das tatsächliche Nachhaltigkeitsverhalten bei Flugreisen kann durch die Intention vorhergesagt werden, allerdings ist die Varianzaufklärung hier geringer (korr. $R^2 = .25$, $p < .001$). Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle hat dabei weder einen direkten noch einen moderierenden Effekt auf das Verhalten. Zu beachten ist jedoch, dass hier vergangenes Verhalten betrachtet wird. In weiteren Untersuchungen sollten daher künftige Flugreiseplanungen berücksichtigt werden, um die Modellannahmen zu prüfen.

Die Erkenntnisse dieser Untersuchung bieten dennoch einen Einblick in die psychologischen Determinanten von Flugreisebuchungen und liefern somit Ansatzpunkte für gezielte Interventionsstrategien zur Förderung nachhaltigen Verhaltens im Luftverkehr.

Literatur:

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- La Barbera, F. & Ajzen, I. (2021). Moderating role of perceived behavioral control in the theory of planned behavior: A preregistered study. *Journal of Theoretical Social Psychology*, 5(1), 35-45. <https://doi.org/10.1002/jts5.83>

Wissensaustausch in altersdiversen Teams: Die Rolle von Diversitätseinstellungen.

Die demografische Entwicklung in Deutschland führt zu einer zunehmenden Altersdiversität in Teams und Organisationen. Das Potential von altersdiversen Teams liegt im Zuwachs an Wissen, Erfahrungen und Perspektiven, die zur Verfügung stehen. Um dieses Potenzial zu nutzen, muss die Vielfalt dieser vorhandenen Ressourcen genutzt und in Aufgabenerfüllung integriert werden. Dies macht Wissensaustausch zu einem entscheidenden Prozess in altersdiversen Teams. Studien zur Auswirkung von Altersdiversität auf Wissensaustausch und Teamleistung haben kontroverse Ergebnisse erbracht, was den Bedarf an Moderatoren- und Mediatorenforschung aufzeigt (Kunze et al., 2011; Van Knippenberg et al., 2004).

Diese Arbeit testet die Einstellungen zu Altersdiversität der Teammitglieder als möglichen Moderator für die Beziehung zwischen Altersvielfalt und Wissensaustausch. Hierfür wurden 133 MitarbeiterInnen aus verschiedenen Branchen befragt. Positive Einstellungen zu Altersdiversität fungierten nicht als Moderator, sondern als eigenständiger Faktor, der sich positiv auf Wissensaustausch auswirkt. Außerdem wird ein Interventionsdesign zur Verbesserung der Einstellungen zu Altersdiversität der Teilnehmenden vorgestellt und getestet. Die Intervention wurde mit 19 Führungskräften durchgeführt. Die Teilnehmenden zeigten nach der Teilnahme am Training eine stärker positive Einstellung zu Altersdiversität als vorher. Einstellungen zu Altersdiversität sollten also als Faktor betrachtet werden, der signifikant zu Wissensaustausch beiträgt und auch also solcher gefördert werden. Für zukünftige Forschung entsteht die Frage wodurch Einstellungen zu Altersdiversität wirken, da sie unabhängig von der Alterskonstellation eines Teams Wissensaustausch verbessern. Diese Arbeit leistet einen Beitrag zur Forschung über Diversitätseinstellungen, insbesondere in der Dimension Alter. Sie gibt Unternehmen und Organisationen ein anwendbares Instrument an die Hand, um die Einstellungen ihrer Führungskräfte zu Altersdiversität zu verbessern.

Literatur:

- Kunze, F., Boehm, S. A. & Bruch, H. (2011). Age diversity, age discrimination climate and performance consequences-a cross organizational study. *Journal of Organizational Behavior*, 32(2), 264–290. <https://doi.org/10.1002/job.698>
- Van Knippenberg, D., De Dreu, C. K. W. & Homan, A. C. (2004). Work Group Diversity and Group Performance: An Integrative Model and Research Agenda. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 1008-1022. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.6.1008>

Hilft Musizieren bei der Erholung von der Arbeit?

Musizieren hat positive Effekte auf die Psyche (Lamont & Ranaweera, 2020). Daher könnte Musizieren in der Freizeit auch Berufstätigen helfen, sich von ihrer Arbeit zu erholen und somit ihr Wohlbefinden und ihre psychische Gesundheit unterstützen.

Mittels Online-Befragung haben wir bei 53 Hobbymusikern und 39 Personen, die in ihrer Freizeit keine Musik machen, die Erholungserfahrung mit ihren Facetten Detachment, Relaxation, Mastery und Control (Sonnentag & Fritz, 2007), das subjektive Wohlbefinden (Brähler et al., 2007) und das Ausmaß gesundheitlicher Beschwerden (Mohr & Müller, 2004) erfasst.

Die Ergebnisse deuten auf förderliche Effekte hin: Hobby-Musizierende haben eine signifikant höhere Erholungserfahrung als Nicht-Musizierende, auch wenn dabei Geschlechtseffekte kontrolliert werden. Bei Betrachtung der einzelnen Facetten sind die Effekte jedoch nicht durchgängig nachweisbar.

Durch Mediationsanalysen wird gezeigt, dass durch die bessere Erholungserfahrung bei Hobby-Musizierenden ein höheres Wohlbefinden und geringere gesundheitliche Beschwerden resultieren. Es handelt sich dabei um vollständige Mediationen, die auch bei Kontrolle möglicher Störvariablen (Alter, Geschlecht) signifikant sind. Weitere Kontrollanalysen zeigen, dass diese Effekte nicht durch ein höheres Ausmaß an Freizeit bei den Musizierenden erklärbar sind.

Musikangebote könnten daher ein sinnvolles Angebot in der Betrieblichen Gesundheitsförderung sein. Da es sich um ein korrelatives Design handelt, sind jedoch weitere kontrollierte Untersuchungen nötig, um die Wirkmechanismen genauer zu klären.

Literatur:

- Brähler, E., Mühlen, H., Albani, C. & Schmidt, S. (2007). Teststatistische Prüfung und Normierung der deutschen Versionen des EUROHIS-QOL Lebensqualität-Index und des WHO-5 Wohlbefindens-Index. *Diagnostica*, 53(2), 83–96.
- Lamont, A. & Ranaweera, N. A. (2020). Knit One, Play One: Comparing the Effects of Amateur Knitting and Amateur Music Participation on Happiness and Wellbeing. *Applied Research in Quality of Life*, 15(5), 1353–1374.
- Mohr, G. & Müller, A. (2004). Psychosomatische Beschwerden im nichtklinischen Kontext. Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS).
- Sonnentag, S. & Fritz, C. (2007). The Recovery Experience Questionnaire: Development and validation of a measure for assessing recuperation and unwinding from work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12, 204–221.

To Include or Not To Include – the impact of inclusive leadership on turnover intentions

Inclusive leadership is commonly understood to consist of two main components: making employees feel like they belong to their workgroup, and making them feel like they are unique and valuable (Randel et al., 2018). Past research has already begun to explore the effects of inclusive leadership on various outcomes, but in times of growing personnel shortage the effect of inclusive leadership on turnover intentions is perhaps the most interesting (Xin, Cai, Gao & Liu, 2021). In this regards, there is still a lack of research, especially on possible mediators. Models like the inclusive leadership model (Randel et al., 2018) or the relational work design model (Grant & Parker, 2009) suggest that there are many possible mediators between inclusive leadership and turnover intentions. In the past, perceived inclusion and well-being have both been linked to variables in both models, as well as to each other (e.g. Jaiswal & Dyaram, 2020). Therefore, perceived inclusion and well-being are investigated as serial mediators of the relationship between inclusive leadership and turnover intentions. To explore this research, a two-wave survey was conducted in a large German insurance company. The final sample consisted of 282 participants. A series of regression analysis were performed to test the relationships between the variables. Results indicate, that there is a significant relationship between inclusive leadership and turnover intentions. This relationship is serially mediated by perceived inclusion and well-being. These results confirm the importance of inclusive leadership for employee retention and they shed light on further variables that influence this relationship. The results confirm that being an inclusive leader is beneficial for keeping employees in the organization and the avenues through which this positive effect can come about (namely perceived inclusion and well-being).

References:

- Grant, A.M. & Parker, S.K. (2009). Redesigning Work Design Theories: The Rise of Relational and Proactive Perspectives. *The Academy of Management Annals*, 3(1), 317 – 375.
- Jaiswal, A. & Dyaram, L. (2020). Perceived diversity and employee well-being: mediating role of inclusion. *Personnel Review*, 40(5), 1121 – 1139.
- Randel, A.E., Galvin, B.M., Shore, L.M., Ehrhart, K.H., Chung, B.G., Dean, M.A. & Kedharnath, U. (2018). Inclusive leadership: Realizing positive outcomes through belongingness and being valued for uniqueness. *Human Resource Management Review*, 28, 190 – 203
- Xin, X., Cai, W., Gao, X. & Liu, T. (2021). Will Job Crafters Stay or Leave? The Roles of Organizational Instrumentality and Inclusive Leadership. *Frontiers in Psychology*, 12, 1 – 13.

Interventionseffekte naturbezogener Aktivität in berufsbezogenen Coaching- Prozessen

Die Digitalisierung, insbesondere vermehrtes Sitzen und geringere körperliche Aktivität, hat negative Auswirkungen auf die kurz- und langfristige, psychische und physische Lebensqualität der Arbeitnehmer weltweit. Dennoch wird das Kriterium der Lebensqualität zunehmend relevanter für die Wahl des Berufes und des Arbeitgebers. Deutsche Arbeitnehmer verbringen durchschnittlich ein Drittel des Tages am Arbeitsplatz. In kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), die 56 % der deutschen Bevölkerung beschäftigen, sind es oft sogar noch mehr Arbeitsstunden. Hohe Technisierung und die durch die Pandemie häufiger genutzte Möglichkeit zum Homeoffice reduzieren zudem die im Freien verbrachte Zeit, was zusätzlich die Inaktivität fördert. Im Durchschnitt sitzen die Deutschen aktuell über 9 Stunden pro Werktag. Vermehrt zeigen Studien aus unterschiedlichen Forschungsrichtungen die negativen Auswirkungen von Bewegungsmangel auf die (berufsbezogene) psychische und physische Lebensqualität. Leistungsfähige Mitarbeiter sind jedoch entscheidend für Unternehmen, besonders im Hinblick auf globale Herausforderungen wie den Fachkräftemangel. Mit dieser Studie soll ein Ansatz geschaffen werden, mit dem die Interaktionseffekte von regelmäßiger körperlicher Aktivität in berufsbezogenen Coaching-Prozessen auf die (berufsbezogene) kurz- und langfristige psychische und physische Lebensqualität durch eine kontrollierte Interventionsstudie untersucht werden. Der Fokus liegt auf einem interdisziplinären Ansatz, der regelmäßiges, angeleitetes Gehen in der Natur sowie psychologische Coachings einschließt. Ziel ist es, neben beruflichen Parametern die allgemeine Lebensqualität der Teilnehmer über einen Interventionszeitraum von 16 Wochen zu erfassen. Die Ergebnisse tragen sowohl theoretisch als auch praxisorientiert zur evidenzbasierten, präventiven Förderung der psychischen und physischen Gesundheit und Lebensqualität im betrieblichen Gesundheitsmanagement bei.

Wie wirkt die Atmosphäre auf das Problemlösen?

In der schnelllebigen Informationsgesellschaft dieses Zeitalters existiert Potential bei der Betrachtung möglicher Einflüsse durch Atmosphäreneffekte auf die Problemlösefähigkeit von Individuen. Hier setzt die vorliegende Forschung an und soll durch einen experimentellen Ansatz die Fragestellung beantworten, welche Einflüsse unterschiedliche Atmosphären auf das Problemlösen besitzen. Atmosphäre wird als der ganzheitliche Ortseinfluss auf die Sinneskanäle von Individuum bezeichnet (Starker et al., 2023). Im theoretischen Rahmen wird auf Erkenntnisse der Atmosphärenforschung (Starker et al., 2023) und Zusammenhänge zwischen Emotionen und Denkprozessen eingegangen (z. B. Dörner, 1998).

Es wird hypothetisiert, dass verschiedene Atmosphären unterschiedlich auf das Problemlösen wirken. Zur quantitativen Untersuchung werden die drei Atmosphären Wald, Universität und Zuhause herangezogen. Alle Atmosphären, in denen die Probanden (n=45) ausgewählte Problemstellungen bearbeiteten, wurden hierbei realitätsnah aufgebaut, um eine aussagekräftige Interpretation am Ende des Experiments zu ermöglichen. Zusätzlich zu den statistischen Ergebnissen wurde mithilfe eines Fragebogens die subjektiven Bewertungen der Atmosphären aus Sicht der Probanden gesammelt.

Die Ergebnisse geben Hinweise darauf, dass bestimmte Umgebungen besser zum Lösen von Problemen geeignet sind als andere und dass verschiedene Problemtypen verschiedene Umgebungen benötigen.

Eine Limitation besteht in der eingeschränkten Repräsentativität der Studie. Die Ergebnisse geben Empfehlungen für Arbeitsumgebungen, welche dazu beitragen sollen, die Arbeitsleistung zu verbessern.

Literatur:

- Dörner, D. (1998). Emotionen, kognitive Prozesse und der Gebrauch von Wissen. In F. Klix, & H. Spada, Enzyklopädie der Psychologie (pp. 301-335). Göttingen: Hogrefe.
- Starker, U., Giesecke, M. - L., und Von der Weth, R. (2023). Atmosphere, emotion and problem solving – hints for the design of virtual work environments [Konferenzbeitrag]. *European Association of Work and Organizational Psychology*, Kattowitz.

Inklusive Führung in digitalen Arbeitswelten: Verringerung des Technostresses bei Mitarbeitenden durch Aufbau von Resilienz

Die Kompetenz, mit Diversität am Arbeitsplatz umzugehen und davon zu profitieren, wird in modernen Arbeitswelten zu einem Schlüsselfaktor für Führungskräfte (z. B. Ashikali et al., 2021). In dieser Studie wird ein neuer Aspekt von Diversität im Kontext digitaler Arbeitswelten postuliert: Diversität in Bezug auf Fähigkeiten und Erfahrungen der Mitarbeitenden bei der Nutzung von Technologie. Frühere Forschungen haben gezeigt, dass sich Beschäftigte in Bezug auf ihre Anpassungsfähigkeit an Technologie unterscheiden (z. B. Tarafdar et al., 2019). Eine Folge kann sogenannter Technostress sein, der direkt oder indirekt durch Technologien ausgelöst werden kann (z. B. Thiemann et al., 2022). Ein viel diskutiertes Konzept im Zusammenspiel von Führung und Diversität ist das der integrativen Führung (z. B. Dwertmann & van Dijk, 2021). Bislang wurde jedoch nicht untersucht, ob integrative Führung vor dem Hintergrund unterschiedlicher technologischer Fähigkeiten und Hintergründe der Mitarbeiter einen mildernden Effekt auf Technostress haben könnte. Um diese Forschungsfrage zu untersuchen, wurde eine quantitative Studie mit über 170 Teilnehmenden unter Verwendung validierter Skalen durchgeführt. Vorläufige Ergebnisse unter Verwendung multipler Regressionsanalysen und des Hayes-Prozessmodells zeigen, dass es einen reduzierenden Effekt von integrativer Führung auf Technostress gibt und dass dieser Effekt durch die Erhöhung der individuellen Resilienz vermittelt wird. Die Ergebnisse deuten folglich darauf hin, dass integrative Führung technologiebedingten Stress bei Mitarbeitenden unabhängig von ihrem technologischen Hintergrund und ihrer Erfahrung mindern kann, und sie geben Aufschluss über einen vermittelnden Mechanismus in Form von Resilienz. Das Querschnittsdesign kann als limitierender Faktor bei der Interpretation der Ergebnisse angesehen werden.

Literatur:

- Ashikali, T., Groeneveld, S., & Kuipers, B. (2021). The Role of Inclusive Leadership in Supporting an Inclusive Climate in Diverse Public Sector Teams. *Review of Public Personnel Administration, Vol. 41(3)*, 497– 519.
- Dwertmann, D.J.G., & van Dijk, H. (2021). A leader's guide to fostering inclusion by creating a positive diversity climate. In B.M. Ferdman, J. Prime, & R.E. Riggio (Eds.), *Inclusive Leadership* (pp. 149-161). Routledge.
- Tarafdar, M., Cooper, C.L. & Stich, J.-F. (2019). The technostress trifecta — techno eustress, techno distress and design: Theoretical directions and an agenda for research. *Info Systems J* 29 (1), 6 - 42.
- Thiemann D. (2022). Stress durch digitale Technologien – Herausforderungen und Implikationen für Führung. *Wirtschaftspsychologie*, 22 (2), 14-27.

Weiterentwicklung der Markenpersönlichkeitsskala und Analyse des Einflusses der Markenpersönlichkeit auf die Markenstärke

Die Markenpersönlichkeit, definiert als das "set of human characteristics associated with a brand" (Aaker, 1997, S. 347), wird beispielsweise durch Erfahrungen, Marketingaktivitäten und den visuellen Auftritt einer Marke beeinflusst (Alazzawi, 2019). Dieser Beitrag untersucht die Aktualität der Markenpersönlichkeitsskala von Bosnjak, Bochmann und Hufschmidt aus dem Jahr 2007 und stellt folgende Forschungsfragen:

- Ist die Skala von Bosnjak et al. aus 2007 reproduzierbar und aktuell anhand einer neuen Stichprobe und Marke?
- Existieren neue Dimensionen, die bei der Aktualisierung einer deutschen Markenpersönlichkeitsskala berücksichtigt werden sollten?
- Kann ein Zusammenhang zwischen neuen Dimensionen und psychologischer Markenstärke empirisch nachgewiesen werden?

Ein exploratives Mixed-Method Design wurde zur Beantwortung der Forschungsfragen gewählt. Anhand von elf Experteninterviews sowie durch eine systematische Literaturrecherche konnten relevante Persönlichkeitseigenschaften identifiziert und in einen Online-Fragebogen integriert werden. Die Studienteilnehmer (N = 404) bewerteten zuerst die Markenpersönlichkeit anhand von 58 Items und anschließend die Markenstärke von Nike, welche mit einem etablierten Instrument der GfK gemessen wurde.

Anschließend wurde die zugrundeliegende Struktur dieser Eigenschaften mit Hilfe explorativer und konfirmatorischer Faktorenanalysen und der Einfluss auf die Markenstärke mittels linearer Regressionsanalyse untersucht.

Die vorläufigen Ergebnisse legen ein Messinstrument mit 20 Items der Dimensionen Transparente Nachhaltigkeit, Flexibilität, Zuverlässigkeit, Vitalität, Innovationsfreudigkeit und Resilienz nahe und zeigen einen positiven Einfluss auf die Markenstärke. Die Studie erweitert den Forschungsstand um eine aktualisierte Skala zur Messung der Markenpersönlichkeit und ermöglicht Unternehmen, die Persönlichkeit ihrer Marke aus Sicht interner und externer Anspruchsgruppen besser zu verstehen und markenstrategische Maßnahmen abzuleiten.

Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 34 (3), 347-356.

Alazzawi, A. A. (2019). Brand personality dimensions of Nike sportswear - an empirical analysis. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13 (4).

Bosnjak, M., Bochmann, V., & Hufschmidt, T. (2007). Dimensions of brand personality attributions: a person-centric approach in the German cultural context. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 35 (3), 303-316.

Umwelteinstellungen, umweltbewusster Konsum und Umweltmotivation – eine Moderatoranalyse

Das Konsumverhalten von Privatpersonen in Industrienationen ist sehr ressourcenintensiv und so starker Treiber der Umweltbelastung. Obwohl die Folgen des Klimawandels bekannt sind und Umweltschutz in der Bevölkerung als wichtig empfunden wird, lässt sich eine wesentliche Änderung im Konsumverhalten nicht feststellen. Umso wichtiger ist es, zu untersuchen, wovon das Konsumverhalten abhängt und entsprechende Interventionen zu schaffen. Die vorliegende empirisch-quantitative Arbeit untersucht auf Grundlage der Theorie des geplanten Verhaltens und der Selbstbestimmungstheorie ausgewählte Determinanten von umweltbewusstem Konsumverhalten. Konkret wurde der Zusammenhang mit Umwelteinstellungen und wahrgenommenen äußeren Druck, respektive einem introjizierten Regulationsstil untersucht. Weiterhin wurde geprüft, ob die selbstbestimmte Umweltmotivation einen moderierenden Effekt auf die Einstellungs-Verhaltens-Beziehung hat. Der Hypothesenprüfung ging eine anonymisierte Online-Erhebung in einem zweiwelligen Design voraus. Die anfallende Stichprobe besteht aus 193 Personen. Zielgruppe der Untersuchung sind Personen, die mindestens das 18. Lebensjahr vollendet haben. Zur Hypothesenprüfung werden Korrelationsanalysen durchgeführt sowie eine Regressionsanalyse zur Prüfung des Moderatoreffekts.

Zwischen dem umweltbewussten Konsumverhalten und den Umwelteinstellungen sowie der introjizierten Regulation zeigten sich statistisch signifikante, große Effekte. Der Moderatoreffekt durch die selbstbestimmte Umweltmotivation konnte nicht bestätigt werden. Anschließend wurden in einer explorativen Datenanalyse alle Motivationsformen der Selbstbestimmungstheorie in ein Regressionsmodell aufgenommen, wobei die integrierte Regulation einen signifikanten Erklärungsbeitrag zeigte. Weiterhin wurde festgestellt, dass dieser Regulationsstil mit den Umwelteinstellungen korreliert und die Einstellungs-Verhaltens-Beziehung partiell mediiert. Die Ergebnisse zeigen, dass für den Verhaltensbereich des Konsums verglichen mit anderen umweltrelevanten Verhaltensbereichen die Umwelteinstellungen eine wichtige Rolle spielen, außerdem wurde die Bedeutung der integrierten Regulation verdeutlicht. Die Förderung dieser sollte in zukünftigen Interventionen eine zentrale Rolle spielen.

Literatur:

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>
- Diekmann, A. & Preisendörfer, P. (1992). Persönliches Umweltverhalten: Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 44(2), 226–251. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0420-y>
- Green-Demers, I., Pelletier, L. G. & Ménard, S. (1997). The impact of behavioural difficulty on the saliency of the association between self-determined motivation and environmental behaviours. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 29(3), 157–166. <https://doi.org/10.1037/0008-400X.29.3.157>
- Kollmuss, A. & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/1350462022014540>

Die Bewertung ausgewählter New Work Ansätze durch die Generation Z – eine quantitative Untersuchung

Theoretischer Hintergrund: In Zeiten des demographischen Wandels sind New Work Ansätze ein mögliches Mittel für Unternehmen, um Mitarbeitende zu gewinnen und zu binden. Ausgestaltungsmöglichkeiten sind allerdings vielfältig. Positive Effekte sind nur zu erwarten, wenn das Angebot zu den Anforderungen der Bewerbenden passt.

Fragestellung/Hypothesen: Der vorliegende Forschungsbeitrag hat zum Ziel, Ansprüche der Generation Z an die Ausgestaltung dreier New Work Ansätze zu untersuchen: die 4-Tage-Woche sowie örtlich und zeitlich flexibles Arbeiten.

Methodik: Im Jahr 2023 wurde in Rahmen von zwei Bachelorarbeiten Onlineumfragen von insgesamt 405 Personen im Alter von 18-28 Jahren durchgeführt. 58% der Befragten waren männlich und 42% weiblich.

Ergebnisse: Fixe Arbeitszeiten fanden in der Stichprobe deutlich weniger Anklang als flexible oder teilflexible Arbeitszeiten. Bei dem örtlich flexiblen Arbeiten gingen die Ansprüche weit auseinander: so wurde eine reine örtliche Präsenzarbeit (5 Tage / Woche) zwar weitestgehend abgelehnt, zur richtigen Anzahl von Home Office Tagen je Woche (1-5 Tage) herrschte jedoch keine Einigkeit in der Stichprobe. Bei der 4-Tage Woche waren die Bewertungen hingegen recht homogen: ca. 46% der Befragten favorisierten bei entsprechender Lohnanpassung ein 4*9 Stunden Modell, ca. 24% ein 4*10 Stunden Modell, und nur 15% der Befragten ein 5*8 Stunden Modell. Der beliebteste freie Tag der Woche ist der Freitag (59%).

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis: New Work Ansätze scheinen ein gutes Mittel zur Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden aus der Generation Z zu sein. Bei der genauen Ausgestaltung gibt es allerdings unterschiedliche Anspruchshaltungen. Unternehmen scheinen gut beraten, dies bei der Gestaltung neuer Arbeitsmodelle zu berücksichtigen (Bender et al., 2021; Schmoll & Süß, 2021).

Weilhartner, Alexandra (1); Mausz, Irmgard (2); Frey, Dieter (1)
1: Ludwig Maximilian Universität München; 2: International School of Management

Arbeitsfähigkeit im betrieblichen Kontext stärken

Fragestellung: Der demografische Wandel führt zu einer alternden und schrumpfenden Erwerbsbevölkerung. Die Stärkung der Arbeitsfähigkeit im betrieblichen Kontext unterstützt die Verlängerung der Lebensarbeitszeit und wirkt dem Mangel an Arbeitskräften entgegen. In der vorliegenden Studie widmen wir uns somit den Zusammenhängen zwischen quantitativer, qualitativer Arbeitsanforderungen, Jobautonomie sowie Arbeitsfähigkeit in fünf Branchen in Österreich.

Untersuchungsdesign: In einer Online-Befragung wurden insgesamt 4767 Beschäftigte aus 103 Betrieben befragt.

Ergebnisse: Erste Ergebnisse zeigen, dass eine abwechslungsreiche Arbeitsgestaltung den größten positiven Zusammenhang auf die Arbeitsfähigkeit hat und dass Jobautonomie die Beziehung zwischen Anforderungen und Arbeitsfähigkeit in einigen Branchen moderiert.

Limitationen: Es wurden keine Daten von Non-Respondents gesammelt, die Richtung der Kausalität sollte vertiefend geprüft und es wurde keine Zufallsstichprobe generiert. In zukünftigen Studien könnten Selbst-Ratings der Teilnehmenden durch objektive Maße (bspw. Fehlzeiten, Fluktuationsrate) ergänzt werden.

Theoretische/Praktische Implikationen: Eine kombinierte Erhebung von betrieblichen Faktoren, der subjektiven Wahrnehmung der Arbeitsfähigkeit, Ressourcen und gesundheitsbezogene Faktoren liefert Hinweise auf Stellschrauben für alter(n)sgerechte Personalentwicklung sowie -einsatzplanung für den Erhalt der Arbeitsfähigkeit.

Relevanz/Beitrag: Ziel dieser Studie ist, Zusammenhänge von betrieblichen Faktoren und individuellen Ressourcen sowie deren Zusammenspiel auf die Arbeitsfähigkeit von Arbeitnehmenden und innerhalb der Branchen zu identifizieren.

Diversity Recruiting effektiv gestalten: Handlungsempfehlungen aus einer Expertenbefragung

Der Fach- und allgemeine Arbeitskräftemangel limitiert zunehmend die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Um den Personalbedarf decken zu können, müssen Unternehmen umdenken. Dafür ist es notwendig, sich verstärkt auf das sogenannte „Untapped Potential“ zu fokussieren. Dieser Begriff steht stellvertretend für alle Gruppen, die traditionell nicht im Fokus der Personalbeschaffung standen. Darunter fallen beispielsweise Menschen mit Behinderung (Shaw et al., 2012), Frauen, die für Führungspositionen gezielt angesprochen werden (Tatli et al., 2013), aber auch andere unterrepräsentierte Gruppen wie die LGBTQ Community (Lambert, 2015). Deren Gewinnung setzt ein effektives Diversity Recruiting voraus. An dieser Stelle setzt die vorliegende explorative Studie an. Diese geht zum einen der Forschungsfrage nach, welche zentralen Handlungsempfehlungen Organisationen für ein zukunftsfähiges Diversity Recruiting aus Sicht von Experten berücksichtigen sollten. Zum anderen wird der Frage nachgegangen, wie mit der möglichen Schnittstellenproblematik umzugehen ist, wenn Aufgaben und Verantwortlichkeiten aus den beiden Funktionsbereichen Recruiting und Diversity Management gebündelt werden. Zur Beantwortung dieser beiden Fragen wurden Experten aus dem Recruiting, dem Diversity Management sowie aus angrenzenden Feldern gebeten, einen Online-Fragebogen zu bearbeiten. Anders als bei hoch standardisierten quantitativen Studien enthielt der Fragebogen vorrangig offene, qualitative Fragen, um möglichst unvoreingenommene, umfassende und tiefergehende Sichtweisen zu erfassen. Bereinigt konnten 68 Fragebögen analysiert werden. Die so ermittelten Antworten wurden systematisch mittels einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz, 2018) ausgewertet und aufbereitet. Die Ergebnisse weisen auf eine differenzierte Befundlage hin, die nicht nur Gestaltungsempfehlungen für die unternehmerische Praxis offerieren, sondern auch einen wissenschaftlichen Beitrag zum bislang wenig erforschten Feld des Diversity Recruitings leisten.

Literatur

- Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4. Auflage). Grundlagentexte Methoden. *Beltz Juventa*.
<http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-7799-3682-4>
- Lambert, J. R. (2015). The impact of gay-friendly recruitment statements and due process employment on a firm's attractiveness as an employer. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 34(6), 510–526. <https://doi.org/10.1108/EDI-03-2013-0012>
- Shaw, L., Jacobs, K., Lysaght, R., Ouellette-Kuntz, H. & Lin, C.-J. (2012). Untapped potential: Perspectives on the employment of people with intellectual disability. *Work*, 41(4), 409–422.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=74010082&lang=de&site=ehost-live>
- Tatli, A., Vassilopoulou, J. & Özbilgin, M. (2013). An unrequited affinity between talent shortages and untapped female potential: The relevance of gender quotas for talent management in high growth potential economies of the Asia Pacific region. *International Business Review*, 22(3), 539–553. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2012.07.005>

Looking Beyond The Code: Einfluss von Usability auf das Wohlbefinden von Mitarbeitenden

Theoretischer Hintergrund:

Arbeitsbedingungen beeinflussen das Wohlbefinden von Beschäftigten fundamental. Das Job Demands-Resources Modell definiert, dass zu hohe Arbeitsanforderungen zu Fehlbelastung führen. Während Belastungsfaktoren wie Handlungsspielraum oder Überstunden derweil gut erforscht sind, gibt es zu der Wirkung von mangelhaft gestalteter Software auf Beanspruchung der Mitarbeitenden nur wenig Befunde.

Fragestellung/Hypothesen:

Dieser Vortrag beleuchtet die Untersuchung des Einflusses von Usability auf Arbeitsengagement und emotionale Erschöpfung der Beschäftigten. Die Hypothese lautete, dass höhere Usability der interaktiven Systeme langfristig zu einem gesteigerten Arbeitsengagement und reduzierter emotionaler Erschöpfung führt.

Methodik:

Es wurde eine quantitative Längsschnitt-Fragebogenuntersuchung mit Kontrollgruppen-Design verwendet. Zunächst wurden empfundene Usability, emotionale Erschöpfung, Arbeitsengagement und weitere Faktoren bei Beschäftigten (N=873) erhoben und im Verlauf bei der Hälfte der User spezifische Änderungen am System vorgenommen, die sich positiv auf die Usability auswirkt. In regelmäßigen Abständen wurden die Faktoren weitere male gemessen.

Ergebnisse:

Die Befunde bestätigen die zuvor aufgestellten Annahmen der Hypothese. Die Gruppe mit höherer Usability berichteten im Vergleich zur Kontrollgruppe über ein signifikant gestiegenes Arbeitsengagement und reduzierter emotionaler Erschöpfung. Damit unterstützen die Befunde der vorliegenden Untersuchung die Hypothese, dass Usability das Wohlbefinden positiv beeinflusst.

Diskussion und Implikationen für Forschung und Praxis:

Zum einen weisen die Befunde darauf hin, dass das JDR-Modell auch auf digitale Systeme anwendbar ist welches für die Umsetzung der Digitalisierung von großer Bedeutung ist. Des Weiteren leitet sich aus den Ergebnissen folglich ab, dass im Bereich der Arbeitspsychologie vermehrt die Gebrauchstauglichkeit interaktiver Systeme in Betracht gezogen werden muss. So kann das langfristige Wohlbefinden der Mitarbeitenden gesteigert und das Burnout-Risiko reduziert werden.

Referenzen

- Bakker, A. & Demerouti, E. (2017). Job demands-resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(3), 273–285.
- Tawfik et al. (2021). Frustration With Technology and its Relation to Emotional Exhaustion Among Health Care Workers: Cross-sectional Observational Study. *Journal of medical Internet research*, 23(7), e26817.
- Peters, D., Calvo, R. A., & Ryan, R. M. (2018). Designing for motivation, engagement and wellbeing in Digital experience. *Frontiers in Psychology*, 9.

Wilpers, Susanne
Hochschule Heilbronn, Deutschland

Digitalisierung der Lehre im internationalen Vergleich

Im Rahmen des Erasmus+ KA 226 Projekts "Digimates" wurde in den Jahren 2022 und 2023 eine internationale Studie mit Hochschullehrenden und Studierenden von fünf Hochschulen in Deutschland, Polen, Spanien, Slowenien und der Türkei zur Digitalisierung der Hochschullehre nach der Covid-Pandemie durchgeführt. Diese Untersuchung, federführend geleitet durch die Hochschule Heilbronn, umfasste eine quantitative Umfrage, an der 265 Studierende aller beteiligten Hochschulen teilnahmen, sowie qualitative Interviews mit 15 Hochschuldozierenden der beteiligten Partnerinstitutionen.

Die Ergebnisse der Studie decken verschiedene Fragestellungen ab, darunter Unterschiede in der internationalen Nutzung von Tools für die Lehre und Kommunikation, die Zufriedenheit der Beteiligten mit der Integration von Blended-Learning-Formaten wie Online-Tests, das gewünschte Verhältnis von Präsenzveranstaltungen zu Eigenstudium sowie die Einbindung von Gamification-Elementen in die Lehre. Darüber hinaus wurde das psychische Wohlbefinden der Studierenden im Kontext der Online-Lehre erfasst.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung verdeutlichen, dass die Herausforderungen der digitalen Lehre in den beteiligten Ländern unterschiedlich angegangen werden.

Literatur:

Fernández-Raga M, Aleksić D, İköz AK, Markiewicz M, Streit H. Development of a Comprehensive Process for Introducing Game-Based Learning in Higher Education for Lecturers. *Sustainability*. 2023; 15(4):3706. <https://doi.org/10.3390/su15043706>

Winter, Stefanie; Mischler, Jana; Bechtold, Ann-Kristin; Minnert, Marie Luise; Schmitt, Julia; Horn, Amelie
Hochschule Darmstadt, Deutschland

Happy University – Empirische Überprüfung einer Intervention zur Steigerung des subjektiven Wohlbefindens an einer Hochschule

Subjektives Wohlbefinden - häufig umgangssprachlich auch mit dem Begriff „Glück“ gleichgesetzt - ist mittlerweile nicht mehr nur im privaten Bereich, sondern auch im organisationalen Kontext ein wichtiges Thema. Nach Diener et al. (2002) umfasst das subjektive Wohlbefinden konzeptionell affektive und kognitive Komponenten und unterscheidet sich vom klassischen (Arbeits-)Zufriedenheitskonzept durch eine stärkere Affektivität und Aktivierung. Da das subjektive Wohlbefinden in Zusammenhang mit Gesundheit, Fehlzeiten, Fluktuation und Arbeitsleistung steht und aktuell in Zeiten von „New Work“ von besonderer Relevanz zur Erhaltung der Arbeitgeberattraktivität ist (Lobbe & Reinke, 2022), gewinnt es im organisationalen Kontext zunehmend an Aufmerksamkeit.

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern das subjektive Wohlbefinden von Mitgliedern einer Organisation (Mitarbeitende und Studierende einer Hochschule) durch eine niederschwellige organisationale Intervention beeinflusst werden kann. Auf Basis von Expert:inneninterviews wurde eine einwöchige Online-Intervention entwickelt und an der Hochschule Darmstadt mit freiwilligen Teilnehmenden in einem experimentellen Design (Pre-Post-Messung mit Experimental- und Wartekontrollgruppe) in ihrer Wirkung auf das subjektive Wohlbefinden überprüft. Während der Interventionswoche absolvierten die Teilnehmenden jeden Tag eine Dankbarkeitsübung und eine Mikro-Intervention über ein Online-Board. Die Messung des subjektiven Wohlbefindens erfolgte mit Hilfe der SPANE (Diener et al., 2009) und der SWLS (Diener et al., 1985), welche ins Deutsche übersetzt und inhaltlich auf den Arbeits- und Studienkontext übertragen wurden. Insgesamt konnten die Daten von 71 Teilnehmenden (39 Mitarbeitende und 32 Studierende) mit vollständiger Teilnahme über drei Messzeitpunkte ausgewertet werden. Die Ergebnisse zeigen, dass das subjektive Wohlbefinden durch die Intervention signifikant gesteigert werden konnte. Eine differenzierte Betrachtung der Teilgruppen (Mitarbeitende und Studierende) und der Teilfacetten des subjektiven Wohlbefindens (positiver Affekt, negativer Affekt, Kognition) verdeutlicht unterschiedliche Wirkmuster.

Die Ergebnisse zeigen, dass gezielte niederschwellige Online-Interventionen einen Einfluss auf das subjektive Wohlbefinden in Organisationen ausüben können und deshalb verstärkt eingesetzt und in Folgestudien weiter erforscht werden sollten.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13

Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 63–73). Oxford University Press.

Diener, E., Wirtz, D., Biswas-Diener, R., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., & Oishi, S. (2009). New Measures of Well-Being. In E. Diener (Hrsg.), *Assessing Well-Being* (Bd. 39, S. 247–266). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4_12

Lobbe, C. E., & Reinke, K. (2022). Das Potenzial Positiver Psychologie in der Arbeitswelt. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching*, 29(1), 67-81.

Winter, Stefanie; Mischler, Jana; Bitsch, Chantal; Fiedler, Clarissa; Jambor, Jana-Jill; Schmitt, Julia;
Lasut, Julio
Hochschule Darmstadt, Deutschland

Wirkung von Hintergrundbildern in Videokonferenzen: Warum es nicht egal ist, was im Hintergrund zu sehen ist

Videokonferenzen sind als Teil des „New Normal“ aus unserem beruflichen Alltag kaum mehr wegzudenken. Bei eingeschalteter Kamera erhält man dabei neben dem Blick auf die Person automatisch auch einen Einblick in den „Raum“, in dem eine Person sich (real oder virtuell) befindet. Psychologisch stellt sich nun die Frage, wie sich unterschiedliche Hintergrundbilder in Videokonferenzen auswirken - sowohl auf die Fremdwahrnehmung als auch (sofern das eigene Videobild sichtbar ist) auf die Selbstwahrnehmung.

Auf Basis des Stereotype Content Model (Fiske, 2018) und erster Befunde zur Wirkung von Hintergrundbildern (Hwang et al., 2021) sind Effekte des Hintergrundbildes auf die „Big Two“ der Personenwahrnehmung (Wärme und Kompetenz) anzunehmen. Ergänzend können bei der Selbstwahrnehmung auch Effekte auf das affektive subjektive Wohlbefinden (operationalisiert durch die SPANE nach Diener et al., 2009) angenommen werden.

In zwei Online-Experimenten zur Fremdwahrnehmung (Within-Subject-Design, N=87) und zur Selbstwahrnehmung (Within-Subject-Design, N=37) wurden diese Effekte in Bezug auf die farbliche Gestaltung eines ansonsten konstant gehaltenen virtuellen Hintergrundes (ein monochromes rotes, blaues, dunkelgrünes oder weißes Bild in einem ansonsten weiß gehaltenen Raum) untersucht.

Die Ergebnisse zeigen einen signifikanten Effekt der farblichen Hintergrundgestaltung sowohl auf die Fremdwahrnehmung als auch auf die Selbstwahrnehmung und das affektive subjektive Wohlbefinden. Die Hintergründe mit weißem und dunkelgrünem Bild erzeugten hierbei eine positivere Wirkung als die Hintergründe mit blauem und rotem Bild.

Die Ergebnisse zeigen, dass die farbliche Gestaltung des virtuellen Hintergrundbilds bedeutsam für die Personenwahrnehmung in Videokonferenzen ist und dass diese bewusst genutzt werden kann, um einen positiveren Eindruck zu erwecken und sich selbst wohler zu fühlen.

Literatur:

- Diener, E., Wirtz, D., Biswas-Diener, R., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., & Oishi, S. (2009). New Measures of Well-Being. In E. Diener (Hrsg.), *Assessing Well-Being* (Bd. 39, S. 247–266). Springer. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4_12.
- Fiske, S. T. (2018). Stereotype content: Warmth and competence endure. *Current directions in psychological science*, 27(2), 67-73. doi: 10.1177/0963721417738825.
- Hwang, A. H.-C., Wang, C. Y., Yang, Y.-Y. & Won, A. S. (2021). Hide and Seek: Choices of Virtual Backgrounds in Video Chats and Their Effects on Perception. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(2), 1-30. <https://doi.org/10.1145/3476044>.

Zeitwertkonten – Eine Maßnahme zur Mitarbeiterbindung?

Hintergrund:

Gemäß einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln kündigten im Jahr 2020 in Deutschland etwa 15 % der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer ihr bestehendes Arbeitsverhältnis (Hammer et al., 2022). Die infolge solcher Kündigungen entstehenden Kosten belaufen sich auf 50 bis 60 % des Gehalts des gekündigten Arbeitnehmers (Mitchell et al., 2001). Basierend auf diesen Daten erscheint das Thema Mitarbeiterbindung von größter Relevanz. Durch die erfolgreiche Implementierung von Interventionsmaßnahmen zur Mitarbeiterbindung können selbst junge Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen gebunden werden (Nguyen & Duong, 2020).

Fragestellung/Hypothesen:

Ziel dieser Untersuchung ist es herauszufinden, inwieweit sich die Zeitwertkonten als eine Maßnahme zur Mitarbeiterbindung einsetzen lassen. Untersucht wurde, wie durch eine Einführung eines Zeitwertkonten-Modells sich die Mitarbeiterbindung und Arbeitszufriedenheit der Arbeitnehmer erhöht. Als Moderatoren wurden hierbei die Variablen Selbstwirksamkeit, Handlungsplanung und Ergebniserwartung aus dem Health Action Process Approach von Schwarzer (Schwarzer, 2008) herangezogen.

Methodik:

Es wurden 109 Arbeitnehmer des Unternehmens DHL Express Germany GmbH mittels eines Online-Fragebogens befragt. Dabei wurden zuerst die Mitarbeiterbindung und Arbeitszufriedenheit erhoben, dann eine mögliche Variante der Zeitwertkonten gezeigt und anschließend die Selbstwirksamkeit, Ergebniserwartung und Handlungsplanung sowie erneut die Mitarbeiterbindung und Arbeitszufriedenheit als Reaktion gemessen.

Ergebnisse:

Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass die Einführung von Zeitwertkonten zur langfristigen Bindung von Mitarbeitern beiträgt und die Arbeitszufriedenheit signifikant steigert. Wie die bivariaten Korrelationen zeigen, haben alle drei ausgewählten Variablen des HAPA-Modells einen Einfluss auf die Nutzung von Zeitwertkonten sowie auf die Mitarbeiterbindung durch die Zeitwertkonten.

Diskussion:

Die Ergebnisse der Studien unterstützen die Befunde vorangegangener Studien und bringen neue Erkenntnisse über das Konstrukt Mitarbeiterbindung. Die Erkenntnisse dieser Studie sind in einem Großunternehmen aus der Logistik-Branche gewonnen, daher ist die Aussagekraft der Effekte auf andere Branchen mit Vorsicht zu betrachten.

Literatur:

- Hammer, A., Stettes, O., & Schmidt, J. (2022). Fluktuation auf dem deutschen Arbeitsmarkt. Hammermann IW-Analyse, 149.
- Mitchell, T. R., Holtom, B. C., & Lee, T. W. (2001). How to keep your best employees: Developing an effective retention policy. *Academy of Management Perspectives*, 15(4), 96–108.
<https://doi.org/10.5465/ame.2001.5897929>
- Nguyen, C., & Duong, A. (2020). The Impact of Training and Development, Job Satisfaction and Job Performance on Young Employee Retention. *SSRN Electronic Journal*, 13, 373–386.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3906100>
- Schwarzer, R. (2008). Modeling health behavior change: How to predict and modify the adoption and maintenance of health behaviors. *Applied psychology*, 57(1), 1–29.
- Zaytsev, Nicolai Alexander; Gerbel, Anastasia; Ehrlich, Janna Technische Universität Hamburg, Deutschland

Arbeitszufriedenheit in Zusammenhang mit Führungsbeziehungen in der Unternehmensberatung: Ein Mixed- Methods Ansatz

Theoretischer Hintergrund:

Unternehmensberatungen sind bekannt für eine hohe Mitarbeiterfluktuation. Die Dauer der Betriebszugehörigkeit ist unter anderem auf die Arbeitszufriedenheit zurückzuführen (Taylor & Weiss, 1972; Mobley, 1977). Ebenso wichtig ist die Beziehung zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden für die Arbeitszufriedenheit, die mittels des Leader-Membership-Exchange (LMX)-Ansatzes untersucht wird (Volmer et al., 2011). Die vorliegende Untersuchung betrachtet sowohl die Perspektive der Mitarbeitenden als auch die der Führungskräfte und bietet somit einen Mehrwert.

Hypothese: Diese Studie postuliert, dass bestimmte relevante Ressourcen am Arbeitsplatz als vermittelnde Faktoren in der Beziehung zwischen der Leader-Member-Exchange-Theorie (LMX) und der Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter in der Unternehmensberatung wirken.

Methodik: Die Studie wurde durchgeführt mit einem Mixed-Methods Ansatz in einer internationalen Unternehmensberatung. Zunächst wurden qualitative Fokusgruppeninterviews mit Mitarbeitern und Führungskräften durchgeführt. Basierend auf den Ergebnissen fand eine quantitative Online-Befragung für Mitarbeiter und Führungskräfte im Unternehmen statt. Die Auswertung der quantitativen Befragung steht derzeit noch aus. Zur Überprüfung der hypothetischen Zusammenhänge wird noch eine Regressionsanalyse mit paralleler Mediation durchgeführt.

Ergebnisse: Vorläufige Ergebnisse deuten darauf hin, dass Mitarbeitende in der Unternehmensberatung, der Teamatmosphäre und der Arbeitskontrolle eine hohe Bedeutung beimessen, während Führungskräfte einen hohen Wert auf die IT-Ausstattung legen.

Diskussion und Bedeutung für die Forschung: Die Studie zielt darauf ab, die Bedeutung von hochwertigen LMX-Beziehungen für die Förderung einer Arbeitsumgebung aus der Ressourcenperspektive zu untersuchen und deren Einfluss auf die Arbeitszufriedenheit zu beleuchten.

Literatur:

Taylor, K. E., & Weiss, D. J. (1972). Prediction of individual job termination from measured job satisfaction and biographical data. *Journal of Vocational Behavior*, 2(2), 123-132.

Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of applied psychology*, 62(2), 237.

Volmer, J., Niessen, C., Spurk, D., Linz, A., & Abele, A. E. (2011). Reciprocal relationships between leader-member exchange (LMX) and job satisfaction: A cross-lagged analysis. *Applied Psychology*, 60(4), 522-545.

Poster (in alphabetischer Sortierung gemäß Erstautor*in)

Effects of social sustainability and digital transformation on employees well-being - two birds with one stone?

Sustainability refers to satisfying of present human needs without threatening the same opportunities of future generations (Brundtland Commission, 1987). Currently, EU-27 countries face the challenge of combining economic growth with social sustainability during digital transformation processes. However, digital transformation comes with opportunities and risks for employees, such as gaining digital skills, facing digital exclusion or fear of job loss (Nosratabadi et al., 2023). The question of how digital transformation can contribute to social sustainability deserves further attention (Guandalini, 2022). Social sustainability of digital transformation (SOSDIT) focuses on promoting social justice, fairness and well-being, as well as a positive contribution of management to inequality, poverty and social exclusion (Nosratabadi et al., 2023). In Germany, research findings rate the SOSDIT score as medium (0.53 with a range of 0 to 1, where 1 is the highest). With the recent introduction of SOSDIT, it remains open how sustainable digital transformation efforts benefit individuals (Nosratabadi et al., 2023). Is social sustainability taken into account in digital transformation processes and what are the implications for employees? In a group-comparative cross-sectional quantitative study design, this study investigates the perceptions of social sustainability and digital transformation on the individual level among employees and managers in the German labour market using structural equation modeling (SEM). The study investigates whether implementing digital transformation processes with a focus on social sustainability has a positive impact on employee well-being or engagement. The study will be pre-registered and conducted until February 2024. Results expand literature and suggest practical levers to promote sustainability efforts in digital transformation processes for human resource management activities and general management in the German labour market.

Wahrgenommene Nachhaltigkeit und Kaufabsicht von Lebensmittelprodukten aufgrund ihres Verpackungsmaterials – ein Online-Experiment

Die vorliegende Studie untersuchte den Einfluss von Verpackungsmaterialien auf die Kaufabsicht von Lebensmittelprodukten. Dabei werden neben den direkten auch die indirekten Auswirkungen über die wahrgenommene Nachhaltigkeit des Produkts betrachtet. Insbesondere wurde, neben den bereits vielfach untersuchten Kunststoff- und Papierverpackungen, die Auswirkung unverpackter Lebensmittel auf Wahrnehmung und Kaufabsicht untersucht. Es bestand die Annahme, dass nachhaltigere Verpackungen eine höhere Kaufabsicht hervorrufen als eine konventionelle Verpackung. Zusätzlich wurde davon ausgegangen, dass die wahrgenommene Nachhaltigkeit die Ergebnisse moderiert. Die Erhebung erfolgte in Form eines Online-Experiments, bei dem den Teilnehmenden je nach Experimentalgruppe ein Lebensmittelprodukt in einer der drei Verpackungsalternativen zur Bewertung angezeigt wurde. Die Stichprobe umfasst 209 Versuchspersonen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die wahrgenommene Nachhaltigkeit des Produkts und die Kaufabsicht je nach Verpackungsmaterial unterscheiden, wobei nachhaltige Verpackungsalternativen zu höheren Bewertungen führen als konventionelle Verpackungen, ohne dass zwischen den nachhaltigen Alternativen selbst signifikante Unterschiede feststellbar sind. Außerdem zeigt die Studie, dass eine höher wahrgenommene Nachhaltigkeit des Produkts zu einer höheren Kaufabsicht führt und, dass der Unterschied in der Bewertung der Kaufabsicht in Abhängigkeit des Materials auf eine Mediation durch die wahrgenommene Nachhaltigkeit des Produkts zurückzuführen ist. Die Ergebnisse liefern wertvolle Informationen für Hersteller, um ihre Verpackungsstrategien zu optimieren und für Entscheidungsträger und -trägerinnen in der Politik, um Nachhaltigkeit in der Lebensmittelindustrie zu fördern.

The Role of Passion and its Influence on Resilience and Professional Success

Stress affecting the individual on a personal level, can have a huge impact on the psyche of human mankind and be associated with a negative influence on professional success. Resilience protects psychological well-being in life crises, but not every person is resilient and successfully masters crises. In this context, passion is considered as an integral component of human well-being. What has so far not been empirically examined is the research question to what extent acting out passion for activities influences the individual's coping with stress and subjective professional success. Therefore, a quantitative study was conducted based on the Dualistic Model of Passion by using the Passion Scale, Ryff's Psychological Well-Being Scale, Resilience Scale and Career Satisfaction Scale. Thus, 1.201 participants residing and currently working in Germany with at least five years of professional experience have completed the scales with respect to a self-defining activity that they like or even love, find important, and in which they invest time and energy on a regular basis, in order to test derived hypotheses. A large variety of passionate activities were reported ranging from e.g. sporting, intellectual, creative, regenerative, political, social and educational to professional and voluntary activities. Participants reported engaging in their passionate activity for an average of 9,9 hours per week and almost seventeen years. The responses show that harmonious passion has a positive effect on well-being, resilience and subjective professional success. Since several participants indicated having multiple passions that change over time, it seems reasonable to additionally conduct a qualitative survey.

Literatur:

- Vallerand, R. J. et al. (2003). Les Passions de l'Ame: On Obsessive and Harmonious Passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756-767. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.756>
- Ryff, C. D., Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.4.719>
- Leppert, K., Strauß, B. (2011). Die Rolle von Resilienz für die Bewältigung von Belastungen im Kontext von Altersübergängen. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 44(5), 313-317. <https://doi.org/10.1007/s00391-011-0193-2>
- Abele, A. E. et al. (2011). The Career Satisfaction Scale: Longitudinal Measurement Invariance and Latent Growth Analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84(2), 315-326. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.2011.02028.x>

Die Macht der dunklen Seite: Unerwünschte Wissensweitergabe durch informelles Lernen

Informelles Lernen am Arbeitsplatz wird i.d.R. positiv sowohl für Mitarbeitende als auch für Unternehmen gesehen. Es kann jedoch auch negativ werden, unter anderem dann, wenn Mitarbeitende sich von ihren Kollegen kurzfristig effektive, aber langfristig schädliche Verhaltensweisen durch Lernen am Modell abschauen. Ein Beispiel wäre die Umgehung von Sicherheitsvorschriften, die zunächst zu einer erhöhten Produktivität führt, jedoch ein Problem darstellt, sobald es zu einem Arbeitsunfall kommt.

Auf der Basis von COR- und VIE-Theorie vermuten wir, dass negatives, sog. dunkles informelles Lernen insbesondere unter Stress den eigentlich vorhandenen Leistungsvorteil des hellen (positiven) informellen Lernens reduziert.

Empirische Überprüfungen auf Basis einer Vignetten- und einer Längsschnittstudie finden derzeit statt. In dem Zuge wird auch eine Skala zur Messung dunklen informellen Lernens entwickelt. Forschungsbedarf besteht insbesondere noch bei den Kontextfaktoren, d.h. unter welchen Voraussetzungen dunkles informelles Lernen stattfindet. Zudem bleibt zu klären, ob es sich bei dunklem, informellen Lernen tatsächlich nur um Surface Learning handelt.

Eco-friendly cleaning – on the way to the new normal? Analyse der Einflussfaktoren auf die Konsumentenakzeptanz wasserlöslicher Tabs

Schnelllebige Konsumgüter weisen einen erheblichen ökologischen Fußabdruck auf. Somit wächst der Druck auf FMCG-Unternehmen, nachhaltigere innovative Lösungen zu entwickeln (Bashir et al., 2020). Die Adoption und Akzeptanz dieser Produkte zu erzielen, ist bei den zumeist habituell erfolgenden Kaufentscheidungen dennoch eine besondere Herausforderung (Verplanken & Wood, 2006).

Einen nachhaltigen, innovativen Ansatz stellen sogenannte Putzmittel-Tabs dar. Diese sind Tabletten mit umweltfreundlichen Inhaltsstoffen, welche die zur Verwendung nötige Konsistenz erst bei Wasserkontakt entwickeln und von den Konsument*innen selbst aufgelöst werden. Somit wird Plastik bei den Verpackungen vermieden und der Transportaufwand reduziert. Trotz der Vorteile wurde die Akzeptanz dieses eco-friendly Cleaning-Ansatzes bisher noch nicht erforscht.

Unsere Studie adressiert diese Lücke. Auf Basis der Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Ajzen, 1975) wurde ein Hypothesenmodell erstellt, welches mit PLS-SEM (Hair et al., 2022) überprüft wurde. Hierzu konnte via Online-Befragung vom 11.12.2022 bis 03.03.2023 ein Datensatz von n = 558 für den deutschsprachigen Raum generiert werden.

Die Ergebnisse untermauern die Gültigkeit der Theory of Planned Behaviour beim Kauf nachhaltiger Putzmittel-Tabs. Es konnte ein Einfluss der Einstellung ($\beta=0,44$, $p<0,01$) und der Subjektiven Norm ($\beta=0,28$, $p<0,01$) auf die Kaufintention sowie der Kaufintention auf das Kaufverhalten ($\beta=0,40$, $p<0,01$) gezeigt werden. Ferner verweisen die Ergebnisse auf einen Impact der Internen Barrieren auf die Kaufintention ($\beta=-0,1$, $p<0,01$) sowie der Externen Barrieren auf das Kaufverhalten ($\beta=-0,27$, $p<0,01$).

Die Marketingkommunikation sollte diese identifizierten Größen berücksichtigen. Dabei gilt es insbesondere, die empfundenen Barrieren, wie z. B. den wahrgenommenen minderen Qualitätsstandard oder das empfundene Preis-Leistungsgefälle, zu adressieren.

Literatur:

Bashir, H., Jörgensen, S., Pedersen, L. J. T., & Skard, S. (2020). Experimenting with sustainable business models in fast moving consumer goods. *Journal of Cleaner Production*, 270(1), 122302. DOI:10.1016/j.jclepro.2020.122302

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 3rd edition, Sage Publishing.

Verplanken, B., & Wood, W. (2006). Interventions to Break and Create Consumer Habits. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 90-103. DOI:10.1509/jppm.25.1.90

Huhn, Myriam (1); Kurzenhäuser-Carstens, Stephanie (2)

1: UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spanien; 2: FOM Hochschule für Oekonomie & Management Hamburg, Deutschland

Exploring the relationships of health-promoting leadership and sleep with well-being and performance

Background: Creating health-promoting working conditions can be seen as the main goal of health-promoting leadership (HPL) (Jiménez et al., 2017). HPL is directly related to employee well-being and job performance, as is regular rest from work. The present study is the first to examine the role of sleep behavior as a recovery skill and how sleep behavior is related to HPL, well-being, and work performance of employees. Among others, the hypothesis is tested that HPL is associated with less sleep deprivation and more sleep quality among employees.

Method: A correlative cross-sectional study was conducted with 456 employees in Germany, Austria and Switzerland. The online survey included HPL (Jiménez et al., 2017), task performance (Koopmans et al., 2014), emotional exhaustion (Demerouti et al., 2001), and well-being (Brähler et al., 2007). Sleep quality, sleep deprivation before workdays, and compensatory sleeping at the weekends were recorded as indicators of sleep behavior.

Results: There are small to moderate correlations of sleep deprivation before workdays with well-being ($r = -.32$), emotional exhaustion ($r = .39$) and task performance ($r = -.18$). Compensatory sleeping at the weekends moderates the correlation of sleep deprivation before workdays with well-being ($\Delta R^2 = 1.4\%$, $R^2 = 11.4\%$), but not with emotional exhaustion and task performance. HPL correlates with less sleep deprivation ($r = -.18$) and better sleep quality ($r = .22$).

Discussion: Employee sleep behavior is related to HPL behaviors as well as well-being, emotional exhaustion, and task performance. Implications for research and practice in promoting employees' recovery behavior are discussed.

References:

- Brähler, E., Mühlan, H., Albani, C., & Schmidt, S. (2007). Teststatistische Prüfung und Normierung der deutschen Versionen des EUROHIS-QOL Lebensqualität-Index und des WHO-5 Wohlbefindens-Index. *Diagnostica*, 53(2), 83-96.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied psychology*, 86(3), 499-512.
- Jiménez, P., Winkler, B., & Dunkl, A. (2017). Creating a healthy working environment with leadership: The concept of health-promoting leadership. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(17), 2430-2448.
- Koopmans, L., Bernaards, C., Hildebrandt, V., van Buuren, S., van der Beek, A. J., & de Vet, H. C. (2013). Development of an individual work performance questionnaire. *Management*, 62(1), 6-28. DOI 10.1108/17410401311285273

Bewältigungserfahrung in der arbeitsfreien Zeit als protektive Ressource im Zusammenhang zwischen destruktiver Führung und Burnout?

Einleitung und Fragestellung:

Abusive Supervision wird mit willentlicher Leistungszurückhaltung, verringerter Motivation, erhöhtem Stresserleben, psychosomatischen Beschwerden und Burnout bei Mitarbeitenden assoziiert. Angesichts der hohen Prävalenz destruktiver Führung bleibt bislang die Frage offen, welche protektiven Ressourcen die genannten Zusammenhänge abpuffern.

Theoretischer Hintergrund:

Abusive Supervision bezieht sich auf das Ausmaß der feindseligen verbalen und nonverbalen Verhaltensweisen einer Führungskraft. Basierend auf dem Anforderungs- Ressourcen- Modell gehen wir davon aus, dass sich personale Ressourcen, die Mitarbeitende in der arbeitsfreien Zeit aufbauen, positiv auf den negativen Effekt zwischen destruktiver Führung und Mitarbeitergesundheit auswirken. Wir fokussieren hier die generalisierte Selbstwirksamkeitserwartung, die sich im Sinne der sozial-kognitiven Theorie und zahlreichen empirischen Befunden als gesundheitsrelevante Ressource im Umgang mit domänenübergreifenden Belastungen herausgestellt hat. Diese sollte durch Bewältigungserfahrung in der arbeitsfreien Zeit gefördert werden. Bewältigungserfahrung in der Freizeit bedeutet die Gelegenheit des Erlebens von Kompetenz und Fachwissen.

Methode:

Die Moderatoranalyse wurde im Rahmen einer Querschnittsbefragung einer anfallenden Stichprobe mit N = 305 Personen getestet. Die Variablen wurden mit der Abusive Supervision Scale (Tepper, 2000), dem REQ (Sonnentag & Fritz, 2007), und der Subskala emotionale Erschöpfung des MBI (Büssing & Perrar, 1992) gemessen.

Ergebnisse:

In dieser Studie zeigen „Mastery Experiences“ einen hypothesenkonformen Puffereffekt, nicht jedoch die anderen Erholungsstrategien, die auch mit getestet wurden. Es zeigt sich also die Tendenz, dass sich Mitarbeitende durch das Erlernen neuer Kompetenzen und den Aufbau von Selbstwirksamkeit vor den gesundheitsschädlichen Auswirkungen destruktiver Führung schützen können. Das Korrelationsmuster deutet aber vmtl. auch problematische Aspekte dieser Erholungsstrategie an.

Diskussion:

Limitierend muss erwähnt werden, dass wir die vermutete vermittelnde Variable Selbstwirksamkeit nicht explizit gemessen haben, und dass zukünftige Untersuchungen den Effekt in Form einer medierten Moderation replizieren müssen.

Literatur:

Sonnentag, S. & Fritz, C. (2007). The Recovery Experience Questionnaire: development and validation of a measure for assessing recuperation and unwinding from work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 204–221.

Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision. *Academy of Management Journal*, 43(2), 178–190.

Vennemann, K. & Brouns, T. (2019). Protektive Ressourcen im Umgang mit despotischer Führung: Eine empirische Analyse zur Bedeutung emotionaler Intelligenz. *Wirtschaftspsychologie*, 21(3), 78–86.

Olma, Joshua (1); Sülzenbrück, Sandra (2); Sutter, Christine (1)

1: Deutsche Hochschule der Polizei, Deutschland; 2: FOM Hochschule Dortmund, iwp Institut für Wirtschaftspsychologie

Police firearms training: Blended learning concept for improving decision-making in shoot/don't shoot scenarios

Attention and tactical gaze control during police use of firearms is increasingly becoming the subject of research. There is scientific consensus that training in cognitive functions benefits police officers' performance in hazardous situations. In the present study, we designed an individual video-based police firearms training that was based on the Four-Component Instructional Design Model (4C/ID; van Merriënboer, 2020). Inspired by the field study of Heusler and Sutter (2022), the present intervention training focussed on tactical gaze control, situational awareness, and visual attention. In a preregistered lab experiment, we tested the intervention training against active control training that resembled traditional police firearms training. Our sample consisted of N = 45 senior police officers. The participants engaged in realistic shoot/don't shoot video scenarios in the pre- and post-test. The intervention group, as well as the control group, watched an educational video before proceeding to the practical training in our indoor firing range. While both groups performed on a comparable level in the pre-test, the intervention group significantly improved their marksmanship, response times, and effective fire. Performance, e.g., in decision-making and tactical firearms handling, was high in both groups, so no further improvement was observed. Overall, the intervention training provides a didactically based police firearms training that supplements current standards and improves expert performance. We recommend devoting more attention to approaches that focus on cognitive processes in police firearms training.

References:

- Heusler, B., & Sutter, C. (2022). Shoot or Don't Shoot? Tactical Gaze Control and Visual Attention Training Improves Police Cadets' Decision-Making Performance in Live-Fire Scenarios. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.798766>
- van Merriënboer, J. (2020). The Four-Component Instructional Design Model. An Overview of its Main Design Principles. *Maastricht University*.

Jobtitel als Bestandteil des Personalmarketings – Untersuchung des Einflusses gendergerecht formulierter Jobtitel auf die Bewertung der externen Arbeitgeberattraktivität

Aufgrund des zunehmenden Fachkräftemangels auf dem Arbeitsmarkt und der damit verbundenen Konkurrenz zwischen Arbeitgebenden bezüglich der Rekrutierung passender Arbeitskräfte, bedarf es eines effizienten Personalmarketings. Stellenanzeigen als Erstkontakt zwischen potenziell Bewerbenden und Unternehmen in ihrer Rolle als Arbeitgebende tragen maßgeblich zur Eindrucksbildung bei. Der Jobtitel als erster Bestandteil einer Stellenanzeige sollte so ausgewählt sein, dass er eine möglichst hohe Arbeitgeberattraktivität erzeugt. Die Annahme bestand, dass die Art der Formulierung der Jobtitel hinsichtlich gendergerechter Schreibweisen eine Auswirkung auf die wahrgenommene gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility) hat. Begründet wird dies dadurch, dass gesellschaftliche Verantwortung für die heutigen Generationen immer wichtiger wird. Weiterhin wurden Annahmen gepüft, dass die wahrgenommene Corporate Social Responsibility in Abhängigkeit von der Art der Formulierung der Jobtitel durch das Geschlecht der Bewerbenden beeinflusst wird. Es wurde ein Online-Experiment mit randomisierter Zuteilung zu zwei Experimentalgruppen erstellt. Der ersten Experimentalgruppe wurde eine fiktive Karrierewebsite mit Jobtiteln präsentiert, die im generischen Maskulinum plus Zusatz „m/w/d“ formuliert waren. Der zweiten Experimentalgruppe wurde die gleiche Karrierewebsite gezeigt, wobei die Jobtitel mit dem Genderstern formuliert waren. Die Auswertung ergab, dass Arbeitgebende, die ihre Jobtitel mit dem generischen Maskulinum plus Zusatz „m/w/d“ formulieren, als gesellschaftlich verantwortungsvoller wahrgenommen werden als solche, die den Genderstern verwenden. Bezüglich einer unterschiedlichen Einschätzung der Arbeitgeberattraktivität zwischen den Geschlechtern konnten keine signifikanten Ergebnisse festgestellt werden. Da zusätzliche Effekte des Alters anzunehmen sind, könnte dies in weiterführenden Studien zusätzlich in den Fokus genommen werden. Auch können Störeinflüsse beim Untersuchungsaufbau nicht ausgeschlossen werden.

Evaluation eines Auswahlverfahrens von dual Studierenden bei einer Landesbehörde – Eine empirische Untersuchung der psychometrischen Güte eines kognitiven Leistungstests und eines Assessment Centers

Das Ziel dieser Forschung ist es, ein in der Praxis eingesetztes Auswahlverfahren von dual Studierenden einer Landesbehörde zu evaluieren. Dazu wurde der Einsatz eines kognitiven Online-Tests sowie eines zeitversetzten Assessment Centers auf deren psychometrischen Güte überprüft. Anknüpfend an die aktuelle Studienlage (Meriac et al., 2014; Collin et al., 2003) wird von einem bedeutsamen positiven Zusammenhang zwischen der Gesamtleistung im kognitiven Leistungstest und der Leistung im Assessment Center ausgegangen. Neben dem Gesamtwert im Online-Test wurde ferner die Vorhersagekraft der einzelnen Komponenten des Online-Tests für das Gesamtergebnis im Assessment Center sowie die Geschlechtsfairness in beiden Auswahlstufen geprüft.

Die Ergebnisse dieser empirischen Studie (N = 938) zeigen, dass die erhobene kognitive Leistung des Tests positiv mit dem Assessment Center korreliert (korr. $r = .25$). Der Korrelationswert nach Pearson wurde auf Messfehler im Kriterium und auf direkte Streuungseinschränkung korrigiert.

Die Berechnung einer multiplen Regression weist darauf hin, dass die im Test gemessenen verbalen kognitiven Fähigkeiten die höchste Vorhersagekraft für die gezeigte Leistung im Assessment Center besitzen ($\beta = -.11$; $p < .001$). Des Weiteren wurden signifikante Mittelwertunterschiede von Männern und Frauen in unterschiedlicher Richtung im Online-Test und im Assessment Center gefunden.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass der eingesetzte kognitive Leistungstest andere Facetten des Anforderungsprozess als das Assessment Center erfasst. Dies sind Anzeichen für eine bedeutende inkrementelle Validität beider Instrumente. Kritisch zu betrachten sind die Mittelwertunterschiede von Männern und Frauen. Für die Feststellung einer genauen Ursache sind weitere Forschungen von Nöten.